

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

МАРЧИШИН РУСЛАН ЄВГЕНОВИЧ

ІННОВАЦІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ

Спеціальність **242** **Туризм**

Освітня програма **Туризм**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня **бакалавр**

Науковий керівник:
Сазонець Ольга Миколаївна,
доктор економічних наук,
професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 5 від 06.02.2025р

Завідувач кафедри

Нормоконтроль


Наталія СЕРПІЄНКО

Дніпро 2025

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу


« 03 » _____ 20 24 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
МАРЧИШИНУ РУСЛАНУ ЄВГЕНОВИЧУ**

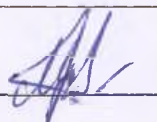
1. Тема роботи «Інновації в розвитку туристичної компанії»
2. Науковий керівник: Сазонець Ольга Миколаївна, доктор економічних наук, професор
Затверджені наказом по Університету від 19.08.2024 р. № 90-02
3. Термін подання студентом роботи: 01.02.2025 р.
4. Метою дослідження є формування концептуальних підходів і практичних рекомендацій щодо впровадження інновацій у діяльність туристичних компаній для підвищення їхньої ефективності, конкурентоспроможності та стійкого розвитку.
5. Завдання кваліфікаційної роботи:
 - вивчити теоретичні основи інноваційного розвитку у сфері туризму, визначивши сучасні підходи та методи;
 - проаналізувати світовий досвід впровадження інновацій у туристичному бізнесі та виділити найбільш ефективні рішення для впровадження в Україні;
 - ідентифікувати основні чинники, що впливають на інноваційний розвиток туристичних підприємств, включаючи економічні, технологічні та соціальні аспекти;
 - оцінити актуальні стратегії управління інноваціями в галузі туризму та їхню відповідність умовам українського ринку;

- розробити методику оцінювання ефективності впровадження інновацій у діяльність туристичних компаній з визначенням ключових показників успіху;
- виявити проблеми та перешкоди, що стримують запровадження інновацій у туристичній сфері України, і запропонувати шляхи їх подолання;
- надати практичні рекомендації з удосконалення управління інноваційною діяльністю в туристичних компаніях;
- дослідити перспективи розвитку інновацій у туристичній галузі на 5–10 років із врахуванням глобальних і локальних тенденцій;
- розробити рекомендації щодо гармонійної інтеграції принципів сталого розвитку в інноваційні стратегії підприємств, акцентуючи увагу на економічних і соціальних аспектах.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

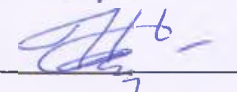
№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	07.11.2024	Виконано
2	Розділ 1. Теоретичні основи впровадження інновацій у розвиток туристичних компаній	23.11.2024	Виконано
3	Розділ 2. Аналіз актуального стану інноваційного розвитку туристичних компаній	29.11.2024	Виконано
4	Розділ 3. Проектно-рекомендаційні шляхи запровадження інновацій у туристичних галузі	29.01.2025	Виконано
5	Висновки	29.01.2025	Виконано
6	Оформлення	01.02.2025	Виконано

Здобувач вищої освіти



Руслан МАРЧИШИН

Науковий керівник



Ольга САЗОНЕЦЬ

Дата видачі завдання

03.10.2024

АНОТАЦІЯ

Марчишин Р. Є. Інновації у розвитку туристичної компанії: 100 с., 12 рис., 11 табл., 35 джерел.

Кваліфікаційна робота для здобуття рівня вищої освіти «бакалавр з туризму». ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2025.

У роботі розглянуто теоретичні передумови застосування інноваційних рішень у діяльності туристичних компаній. Проведено ґрунтовний аналіз сучасних інноваційних технологій, що вдосконалюють функціонування туристичного бізнесу. Запропоновано практичні рекомендації щодо інтеграції інноваційних методів для підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку туристичних організацій.

Ключові слова: інновації, туристична компанія, конкурентоспроможність, розвиток, туристичний ринок, цифровізація.

ANNOTATION

Marchyshyn R. E. Innovations in the development of a tourist company: 100 p., 12 fig., 11 tab., 35 sources.

Qualification work for obtaining the level of higher education "Bachelor of Tourism". VNPZ DSU, Dnipro, 2025.

The paper examines the theoretical prerequisites for the application of innovative solutions in the activities of tourism companies. A *thorough analysis of modern* innovative technologies that improve the functioning of tourism business is conducted. Practical recommendations are offered for the integration of innovative methods to increase the competitiveness and sustainable development of tourism organizations.

Keywords: innovation, travel company, competitiveness, development, travel market, digitalization.



Звіт подібності

метадані

Назва організації

Dnipropetrovsk University of Humanities

Заголовок

Дипломна робота Марчишин

Автор Науковий керівник / Експерт

МарчишинСазонець О.М.

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

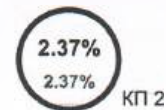
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		3
Інтервали		0
Мікропробіли		0
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

18636

Кількість слів

156019

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	http://infotour.in.ua/korokoshko.htm	153 0.82 %
2	http://infotour.in.ua/korokoshko.htm	78 0.42 %
3	https://www.onaft.edu.ua/download/dissertation/thesis/disser-Moiseeva.pdf	74 0.40 %
4	https://thepage.ua/ua/news/turizm-u-2023-roci-golovni-pidsumki-vid-turoperatora-join-up	39 0.21 %
5	https://thepage.ua/ua/news/turizm-u-2023-roci-golovni-pidsumki-vid-turoperatora-join-up	35 0.19 %
6	http://infotour.in.ua/korokoshko.htm	34 0.18 %

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ	12
1.1. Визначення поняття інновацій та їх класифікація в туристичній галузі	12
1.2. Теоретичні моделі впливу інновацій на зростання туристичних компаній	18
1.3. Аналіз наукових підходів до оцінювання інноваційної діяльності в туризмі	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АКТУАЛЬНОГО СТАНУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ	38
2.1. Оцінка впровадження інновацій у туристичних компаніях України	38
2.2. Тенденції використання інноваційних технологій у туристичній сфері	60
2.3. Вплив інновацій на рівень конкурентоспроможності туристичних компаній	64
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТНО - РЕКОМЕНДАЦІЙНІ ШЛЯХИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	76
3.1. Основні напрями удосконалення діяльності туристичних компаній через інноваційні рішення	76
3.2. Покращення процесів впровадження сучасних технологій у сферу туризму	81

3.3. Розробка оригінальних рекомендацій та прогнозування перспективних трендів розви.тку	90
ВИСНОВКИ	95
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ	97

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

- ВТО – Всесвітня туристична організація
- ЄС – Європейський Союз
- ІТ – інноваційні технології
- КМУ – Кабінет Міністрів України
- МІС – Міжнародна інноваційна система
- МОП – Міжнародна організація праці
- ОЕСР – Організація економічного співробітництва і розвитку
- ООН – Організація Об'єднаних Націй
- РТ – Розумні технології
- СММ – Соціальний медіа-маркетинг
- ТІР – Туристична інформаційна ресурсна система
- УНТ – Українська національна туристична система
- ЦРТ – Цифрові ресурси туризму
- ЮНВТО – Всесвітня туристична організація при ООН
- ЮНЕСКО – Організація ООН з питань освіти, науки і культури
- ЮНКТАД – Конференція ООН з торгівлі та розвитку

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена потребою у впровадженні інноваційних підходів до розвитку туристичних компаній в умовах динамічних змін на глобальному ринку. Сучасна ситуація у світовій туристичній галузі характеризується активізацією процесів глобалізації, еволюцією споживчих вподобань, прогресом цифрових технологій, а також постійним впливом соціальних, екологічних та економічних факторів. Туристичним компаніям, зокрема в Україні, необхідно знайти ефективні стратегії та інструменти для зміцнення конкурентних позицій, забезпечення стійкого розвитку й адаптації до мінливого ринкового середовища.

Інновації в туризмі охоплюють не лише технологічні рішення, а й нові управлінські підходи, впровадження екологічно відповідальних практик, застосування великих даних для індивідуалізації послуг і покращення клієнтського досвіду. Вони критично важливі для забезпечення стабільного розвитку туристичних підприємств, оскільки сприяють підвищенню їхньої ефективності, зменшенню витрат, створенню нових конкурентних переваг і зростанню задоволеності клієнтів.

Сучасні виклики, такі як пандемія COVID-19, підсилюють актуальність інноваційного розвитку. Зміни, спричинені пандемією, змусили багато компаній переглядати свої бізнес-моделі, орієнтуючись на такі нові підходи, як віртуальні тури, безконтактні сервіси та цифрова трансформація. Українські туристичні компанії мають особливу потребу не лише розробляти інноваційні рішення, а й ефективно інтегрувати їх у свою діяльність для успішного

змагання з міжнародними гравцями на глобальному ринку. Це робить дослідження інновацій у розвитку туристичних компаній важливим як у теоретичному плані, так і для вдосконалення практичних методів, що сприятимуть підвищенню ефективності діяльності підприємств у національному й міжнародному контекстах.

Метою дослідження є формування концептуальних підходів і практичних рекомендацій щодо впровадження інновацій у діяльність туристичних компаній для підвищення їхньої ефективності, конкурентоспроможності та стійкого розвитку.

Для досягнення цієї мети передбачено виконання наступних **завдань**:

- вивчити теоретичні основи інноваційного розвитку у сфері туризму, визначивши сучасні підходи та методи;
- проаналізувати світовий досвід впровадження інновацій у туристичному бізнесі та виділити найбільш ефективні рішення для впровадження в Україні;
- ідентифікувати основні чинники, що впливають на інноваційний розвиток туристичних підприємств, включаючи економічні, технологічні та соціальні аспекти;
- оцінити актуальні стратегії управління інноваціями в галузі туризму та їхню відповідність умовам українського ринку;
- розробити методику оцінювання ефективності впровадження інновацій у діяльність туристичних компаній з визначенням ключових показників успіху;
- виявити проблеми та перешкоди, що стримують запровадження інновацій у туристичній сфері України, і запропонувати шляхи їх подолання;
- надати практичні рекомендації з удосконалення управління інноваційною діяльністю в туристичних компаніях;
- дослідити перспективи розвитку інновацій у туристичній галузі на 5–10 років із врахуванням глобальних і локальних тенденцій;

- розробити рекомендації щодо гармонійної інтеграції принципів сталого розвитку в інноваційні стратегії підприємств, акцентуючи увагу на екологічних і соціальних аспектах.

Об'єктом дослідження виступають туристичні компанії як суб'єкти підприємницької діяльності, що впроваджують інновації для розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Предметом дослідження є інноваційні процеси, технології та підходи, які використовуються для вдосконалення діяльності туристичних компаній, підвищення якості послуг та залучення клієнтів.

Для досягнення поставлених цілей застосовано наступні **методи дослідження**:

- теоретичний аналіз, порівняння, систематизація та синтез для визначення основних концепцій і підходів до інноваційного розвитку туристичного бізнесу;

- аналіз літературних джерел для вивчення теоретичних засад інновацій у туризмі та досвіду інших учених, як українських, так і зарубіжних;

- порівняльний аналіз для виявлення найкращих практик запровадження інновацій у туристичній галузі;

- статистичний аналіз для обробки даних про ефективність запроваджених інновацій і оцінки впливу різних факторів на розвиток галузі;

- метод моделювання для прогнозування впливу нововведень на конкурентоспроможність туристичних компаній;

- метод case-study для розгляду реальних прикладів адаптації інновацій, що дозволяє оцінити їх результативність і виділити ключові фактори успіху;

- анкетування та інтерв'ю для збору емпіричних даних від представників галузі про існуючі труднощі впровадження інновацій.

Практична значущість проведеного дослідження визначається розробкою рекомендацій, спрямованих на оптимізацію інноваційного розвитку туристичних компаній в Україні. Це сприятиме їхній ефективній

адаптації до ринкових змін, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню стійкості в довгостроковій перспективі. Отримані результати можуть стати основою для формування стратегій розвитку туристичних підприємств, що включають впровадження сучасних технологій, покращення управлінських процесів та гнучкість у відповідь на нові запити споживачів.

Крім того, запропоновані методи оцінки результативності впроваджених інновацій дозволять туристичним компаніям отримувати чітке уявлення про ефективність змін і за потреби коригувати свої стратегії. Рекомендації щодо впровадження принципів сталого розвитку та екологічно відповідальних практик можуть сприяти зміцненню репутації компаній, залученню нових клієнтів і їхній відповідності міжнародним стандартам у сфері сталого туризму.

Наслідки даного дослідження також можуть знайти застосування в розробці державних програм підтримки туризму. Це стосується ініціатив із впровадження інноваційних рішень на рівні органів державної і місцевої влади, спрямованих на розвиток галузі та її довготривалу стабільність.

Структура роботи. Робота складається з вступу трьох розділів, висновку та переліку джерел. Обсяг роботи складає 97 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

1.1. Визначення поняття інновацій та їх класифікація в туристичній галузі

Сучасний туризм як сфера, що задовольняє потреби людини, яка подорожує, перетворився на індустрію – складову світового господарства, потужний господарський комплекс національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому [8].

Інновації відіграють ключову роль у розвитку туристичних компаній, сприяючи не лише підвищенню їхньої ефективності, але й адаптації до динамічних змін ринкових умов. У сучасну епоху глобалізації та цифрових трансформацій туристичним підприємствам необхідно впроваджувати нові ідеї, технології та бізнес-моделі, щоб зберігати конкурентоспроможність. Використання інновацій у туристичній сфері дозволяє забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів та створювати додаткові переваги, які зміцнюють позиції компаній на ринку.

Перший розділ роботи присвячений теоретичному аналізу ролі інновацій у розвитку туристичних компаній. Зокрема, у підрозділі 1.1 розглядається поняття інновацій, їх класифікація за різними критеріями та значення в контексті туристичної галузі. Детальне дослідження цих аспектів, а також

розгляд інноваційних процесів у туристичних компаніях є важливими для розуміння їхнього впливу на ефективність діяльності в цій сфері.

Огляд наукової економічної літератури щодо інновацій у туризмі демонструє наявність різних підходів до трактування цього терміна. Оскільки туризм охоплює безліч різноманітних підприємств, виникає труднощі в чіткому визначенні сутності цього поняття.

Погляди різних дослідників на термін «інновації в туризмі» наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення терміна «інновації в туризмі»

Автор	Визначення
О. Давидова [17]	Результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отримання, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі.
Т. Ткаченко, С. Мельниченко, М. Бойкота ін. [31]	Розроблені й впроваджені в діяльність нововведення, що дозволяють отримати користь у вигляді економічного або соціального ефекту та інших позитивних результатів.
О. Гарбера [11]	Нововведення, які супроводжуються: відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів; якісно новими змінами турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; підвищенням ефективності управління стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери в країні; підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування через впровадження нових швидкісних видів транспорту, покращення умов праці працівників туризму, впровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва в послуги та ін.); підвищенням іміджу і конкурентоздатності підприємств туризму.
Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семенченко [9]	Системні заходи, які мають якісну новизну, що приводять до позитивних зрушень, а також забезпечують функціонування та розвиток галузі в регіоні.
С. Hall, A. Williams [35]	Створення, прийняття та впровадження нових ідей, процесів, продуктів або послуг, а також здатність змінюватися й адаптуватися.
S. Brahmhatt [34]	Процес, за допомогою якого нова ідея або практика стає

	корисною, нові шляхи, що забезпечують вирішення різних задач для задоволення потреб людей.
--	--

Джерело: складено автором з використанням робіт [9, 11, 17, 31, 34, 35]

Сучасні підходи до розуміння інновацій у бізнесі та економіці концентруються на їх практичному значенні. Інновації розглядаються як інструмент для формування стратегічних переваг, підвищення конкурентоспроможності та адаптації до швидко змінного ринкового середовища. У цьому контексті технологічний підхід наголошує на запровадженні нових технологій, організаційний фокусується на оптимізації внутрішніх процесів, а маркетинговий акцентує увагу на сучасних прийомах залучення клієнтів. Інновації вважаються системним процесом, що інтегрує технічні, соціальні та економічні аспекти у бізнес-моделі.

У сфері туризму інноваційні зміни набувають власних рис, оскільки орієнтовані на створення унікальних туристичних продуктів, удосконалення обслуговування і адаптацію до мінливих уподобань споживачів. Це може включати застосування цифрових інструментів, освоєння нових напрямків туризму, таких як екологічний чи гастрономічний туризм, або ж автоматизацію бронювання послуг. Такі інновації сприяють не лише поліпшенню споживчого досвіду, але й розвитку інфраструктури із збереженням балансу між зростанням економіки та соціальною відповідальністю.

Інновації класифікуються за різними критеріями залежно від їхньої природи, джерела виникнення, масштабу реалізації та ступеня новизни. Залежно від характеру вони поділяються на продуктові, процесуальні, організаційні та маркетингові. Продуктові інновації охоплюють створення нових туристичних продуктів і послуг, зокрема віртуальних турів або інтерактивних платформ для планування подорожей. Процесуальні спрямовані на вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів, наприклад автоматизацію бронювання чи інтеграцію CRM-систем. Організаційні інновації виконують реструктуризаційні функції в управлінні компанією, а

маркетингові впроваджують передові підходи у взаємодії із клієнтською аудиторією.

Джерела інновацій також поділяються на внутрішні - генеровані самою компанією, та зовнішні - отримані через партнерства або застосування практик з інших галузей. Рівень впровадження може варіюватися: від локальних для окремої компанії чи регіону до глобальних, що задають нові стандарти у галузі.

За рівнем новизни інновації діляться на радикальні - створюють абсолютно нові продукти або послуги, і поступові (інкрементальні) - вдосконалюють вже існуючі рішення. У туризмі це може варіюватися від революційних змін, таких як поява платформи Airbnb, до оптимізації вже наявних пропозицій, наприклад розширення функцій сервісів бронювання.

Увага до класифікації інновацій за їхнім впливом на бізнес є критично важливою, адже вона дає змогу глибше зрозуміти їхній внесок у розвиток компаній. Інноваційні рішення можуть істотно трансформувати стратегію організації, сприяти модернізації технологічної бази, підвищувати ефективність організаційних процесів або розширювати інструменти маркетингових комунікацій. У сфері туризму це зосереджується не лише на підвищенні якості туристичних продуктів, а й на створенні унікального клієнтського досвіду, що дедалі більше набуває значення як ключовий фактор конкурентоспроможності.

Засвоєння сутності інновацій та їх систематизації відкриває нові можливості для аналізу їхньої багатовимірності та визначення їхньої фундаментальної ролі в розвитку туристичних підприємств. Інновації виступають потужним інструментом адаптації до змін у зовнішньому середовищі, слугують поштовхом до економічного зростання й формування високоякісних, конкурентоспроможних послуг. Це не лише допомагає підприємствам відповідати актуальним викликам, а й закладає основу для визначення траєкторії розвитку майбутнього туристичної галузі.

Інновації в туристичній сфері мають низку характерних особливостей, які визначаються специфікою цієї індустрії, спрямованої на надання послуг, формування унікальних вражень та поєднання різноманітних сервісів. Туризм є однією з найбільш динамічних галузей економіки, що швидко адаптується до змін у технологіях, поведінці споживачів та глобальних трендів.

Одним з основних напрямків інновацій є створення нових туристичних продуктів, таких як екологічний туризм, гастрономічні подорожі, пригодницькі тури або тематичні маршрути. Такі пропозиції розробляються з урахуванням змін у вподобаннях туристів, їх культурних цінностей і бажання отримати неповторний досвід.

Цифрові технології відіграють ключову роль у розвитку новацій у туризмі. Мобільні додатки, онлайн-сервіси для бронювання та технології віртуальної (VR) і доповненої реальності (AR) відкривають бізнесу унікальні можливості. Вони дозволяють створювати інтерактивний, зручний і персоналізований досвід для клієнтів. Наприклад, завдяки VR туристи можуть «відвідати» певну локацію попередньо, що стимулює їхню зацікавленість і зміцнює довіру до майбутньої поїздки. Окрім цього, удосконалення обслуговування клієнтів є пріоритетом у впровадженні інновацій. Стабільний розвиток у цій сфері забезпечують персоналізовані сервіси, автоматизація комунікацій (наприклад, використання чат-ботів на базі штучного інтелекту) та програми лояльності, що спрямовані на довготривалу взаємодію зі споживачами. Такі новації сприяють не лише задоволенню потреб мандрівників, але й зміцненню їхньої прихильності до бренду.

Інновації також значно впливають на конкурентоспроможність туристичних компаній. Вони дозволяють скоротити витрати, підвищити якість послуг, швидше реагувати на ринкові зміни та пропонувати клієнтам унікальні продукти. Активне запровадження нововведень допомагає компаніям здобути стратегічні переваги та зміцнити свої позиції на ринку.

Сучасні виклики та глобальні тренди стимулюють туристичні компанії до активного впровадження новаторських рішень. Зростання цифровізації,

еволюція поведінкових моделей споживачів, підвищення екологічних вимог і посилення конкуренції створюють нагальну потребу у швидкій адаптації та ефективних підходах. Наприклад, пандемія COVID-19 змусила багато компаній переглянути свої бізнес-моделі та інтегрувати такі технології, як дистанційне бронювання, безконтактні сервіси та онлайн-екскурсії.

Інновації дедалі більше стають невід'ємною складовою сталого розвитку туризму. В умовах зростання антропогенного навантаження на природні ресурси та культурну спадщину новаторські підходи допомагають знайти баланс між економічними цілями і відповідальністю перед довкіллям. Наприклад, енергоефективні транспортні засоби чи сучасні системи управління відходами сприяють збереженню екології туристичних регіонів.

Сталий розвиток туристичної галузі досягається через впровадження інноваційних підходів до управління ресурсами, застосування сучасних технологій і підтримку розвитку локального підприємництва. Такий підхід сприяє створенню нових робочих місць, посиленню регіонального розвитку і формуванню більш стійких основ для зростання індустрії.

У контексті глобалізаційних процесів значення інновацій у сфері туризму перевищує суто технологічний вимір. Вони набувають ролі базового компонента стратегій розвитку, які допомагають компаніям не лише адаптуватися до актуальних викликів, але й генерувати потенціал для подальшого прогресу.

Інновації виступають ключовим чинником розвитку туристичних компаній у сучасному конкурентному середовищі. Їхня роль полягає у можливості створювати унікальні продукти, вдосконалювати бізнес-процеси, підвищувати рівень обслуговування клієнтів і оперативно реагувати на зміну ринкових умов. Впровадження інновацій допомагає посилити конкурентоспроможність компаній, дозволяючи їм ефективно відповідати на виклики глобалізації, цифрової трансформації та зростаючих вимог щодо сталого розвитку.

Інновації є важливою складовою стратегії розвитку туристичних підприємств, оскільки сприяють не лише збільшенню прибутку, а й забезпечують довгострокову стабільність бізнесу. Інтеграція сучасних технологій, нових управлінських підходів та інноваційних моделей обслуговування клієнтів дає змогу компаніям задовольняти потреби вибагливих споживачів і відкривати нові можливості в різних сегментах ринку. Отже, інновації створюють міцну платформу для сталого розвитку туристичних компаній, підвищуючи їхню адаптивність, ефективність і здатність генерувати додаткову цінність як для клієнтів, так і для суспільства загалом.

1.2. Теоретичні моделі впливу інновацій на зростання туристичних компаній

У сучасному світі, що динамічно трансформується під впливом глобалізації та стрімкого технологічного прогресу, інновації займають ключову позицію в забезпеченні стійкого розвитку туристичних компаній. Вони не лише оптимізують бізнес-процеси, але й відкривають нові можливості для задоволення зростаючих очікувань споживачів. Ознайомлення з теоретичними моделями, що розкривають механізми впливу інновацій на розвиток туристичного бізнесу, дозволяє глибше осмислити складну взаємодію між цими елементами.

У цьому розділі акцент зроблено на аналізі основних концептуальних підходів, які демонструють, як інновації сприяють зростанню та підвищенню конкурентоздатності туристичних фірм. Дослідження цих моделей є важливим етапом у розробці ефективних інструментів для інноваційного розвитку, враховуючи специфіку туристичної галузі. Особлива увага приділяється адаптації загальноекономічних концепцій до умов туризму, що сприяє кращому розумінню особливостей інноваційних процесів у цій сфері.

Інновації є наріжним каменем сучасного економічного середовища, сприяючи сталому розвитку підприємств та зміцненню їхньої конкурентної позиції. В умовах туристичної індустрії інноваційні процеси набувають особливої актуальності, зважаючи на високу інтенсивність конкуренції, динамічне переорієнтування споживчих потреб і зростаючу необхідність постійного пристосування до технологічних трансформацій.

Інновації є важливим фактором зростання туристичних компаній, впливаючи на технологічні, маркетингові та організаційні аспекти бізнесу. Автоматизація процесів підвищує ефективність, цифровий маркетинг сприяє залученню нових клієнтів, а гнучке управління оптимізує витрати. Поєднання цих факторів дозволяє компаніям розширювати ринок, підвищувати якість послуг і зміцнювати конкурентні позиції (рис.1.1).



Рисунок 1.1 – Теоретичні моделі впливу інновацій на зростання туристичних компаній

Джерело: створено самостійно

Таким чином, інновація виступає каталітичним фактором, який стимулює як економічний розвиток, так і структурну модернізацію підприємств. Серед основних переваг виділяються:

- економічна стійкість і продуктивність: за рахунок впровадження продуктивніших процесів, оптимізації витрат і підвищення доданої вартості;
- оперативна адаптивність: інноваційні підприємства демонструють більшу здатність до ефективного реагування на зовнішні загрози та зміну споживчих запитів;
- розширення бізнес-горизонтів: інженерія нових рішень і інтеграція проривних технологій відкривають нові ринкові сегменти.

У туристичному секторі інноваційний підхід дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів, трансформувати клієнтський досвід і формувати стійкі конкурентні переваги. Впровадження цифрових платформ, орієнтація на персоналізацію туристичних послуг і акцент на екологічно дружніх технологіях стають основними векторами стратегічного розвитку.

Еволюція теоретичних уявлень про роль інновацій у підприємницькій діяльності демонструє перехід від традиційних концепцій до багатовимірних сучасних моделей, а саме:

1. Класичні концепції:
 - Шумпетерівська парадигма творчого руйнування: один із фундаментальних підходів, що визначає інновації як процес оновлення економіки через створення нових продуктів, ринків і технологій. Йозеф Шумпетер акцентував увагу на важливості підприємництва у впровадженні змін і стимулюванні інноваційного руху;
 - економічні моделі зростання (Солоу): ці моделі трактують технологічний прогрес як екзогенний фактор, що сприяє підвищенню продуктивності та забезпеченню довгострокового зростання економік.
2. Авангардні моделі:
 - динамічний підхід до інноваційного розвитку: сучасні моделі враховують складну взаємодію між ключовими чинниками, такими як

людський капітал, цифровізація та ринкова кон'юнктура, що дозволяє будувати більш точні прогнози впливу інновацій на бізнес-процеси;

- концепція відкритих інновацій Чесбро: модель передбачає синтез внутрішніх і зовнішніх джерел інновацій із метою максимізації інноваційного потенціалу. Її адаптація у сфері туризму обумовлює ефективну співпрацю із бізнес-партнерами, постачальниками послуг та кінцевими споживачами;

- екологічні моделі інноваційних практик: вони фокусуються на інтеграції сталого розвитку в бізнес-операції, що є особливо релевантним для туристичних компаній через їхню залежність від експлуатації природних ресурсів.

Теоретичні засади інноваційного розвитку демонструють багатогранний вплив інновацій на бізнес-процеси. Від традиційних концепцій до сучасних підходів, інновації незмінно залишаються основним рушієм розвитку. У сфері туристичних компаній впровадження новаторських рішень відкриває перспективи для досягнення більшої гнучкості, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення тривалої стійкості в умовах постійно змінюваного ринку.

Інноваційний розвиток виступає ключовою детермінантою економічного зростання підприємств, особливо у сфері туризму, де конкурентні умови, запити споживачів та технологічний прогрес зазнають динамічних змін. Для ґрунтовного розуміння механізмів цього процесу важливим є аналіз теоретичних моделей, які ілюструють, як інновації впливають на еволюцію і стійке зростання компаній.

Теорія інновацій Йозефа Шумпетера: «Творче руйнування» як основа економічного зростання»

Йозеф Шумпетер, один із засновників теорії інновацій, розглядав інновації як основний драйвер економічного прогресу та джерело конкурентних переваг. У рамках його концепції інновація викликає процес «творчого руйнування», що передбачає заміну застарілих технологій і бізнес-моделей новими, ефективнішими підходами. Інновація, згідно зі Шумпетером,

охоплює не лише створення нових продуктів, але й розробку нових методів виробництва, організаційних форм, ринків збуту та постачання ресурсів. У контексті туристичних компаній ця теорія підкреслює необхідність систематичного оновлення бізнес-моделей, сервісів і технологій для досягнення та підтримки конкурентоспроможності.

Важливим аспектом теорії Шумпетера є акцент на ролі підприємців як агентів змін. Вони відповідальні за впровадження інноваційних ідей, що трансформують структуру ринку. У туристичній галузі підприємці завдяки нестандартним рішенням і творчому підходу можуть розробляти оригінальні туристичні продукти, які відповідають сучасним потребам споживачів та забезпечують високий рівень персоналізації послуг.

Модель поширення інновацій Еверетта Роджерса

Дифузійна модель інновацій, запропонована Евереттом Роджерсом, є однією з найпоширеніших концепцій для опису процесу впровадження та поширення інновацій у суспільстві та бізнес-середовищі. Роджерс виділив п'ять основних етапів дифузії:

1. Пізнання (Knowledge): Ознайомлення з сутністю інновації та початкове формування обізнаності.
2. Переконавання (Persuasion): Формування суб'єктивного позитивного ставлення до нововведення.
3. Рішення (Decision): Прийняття індивідом чи організацією рішення щодо адаптації інновації.
4. Виконання (Implementation): Практичне застосування інновації у діяльності компанії.
5. Підтвердження (Confirmation): Оцінка результатів і остаточне закріплення рішення про офіційне впровадження.

Ця модель є важливим інструментом для туристичних компаній, особливо в контексті інтеграції сучасних технологій або нових послуг. Наприклад, це може включати застосування цифрових платформ для бронювання, використання елементів штучного інтелекту чи впровадження

принципів екологічної відповідальності в операційну діяльність. На кожному із зазначених етапів можуть виникати бар'єри впровадження інновацій, обумовлені психологічними, соціокультурними чи економічними факторами.

Моделі відкритих інновацій

Моделі відкритих інновацій, розроблені Генрі Чесбро, кардинально трансформують традиційний підхід до інноваційної діяльності, акцентуючи увагу на поєднанні зовнішніх та внутрішніх ресурсів для створення нових продуктів і послуг. Такий підхід відкриває компаніям можливість залучати зовнішніх партнерів, інвесторів, науковців і навіть кінцевих споживачів для генерації ідей, здатних до комерціалізації. Це сприяє прискоренню інноваційних процесів та одночасно зменшує витрати на дослідження й розробки.

Для туристичних компаній така парадигма створює перспективу взаємодії з іншими суб'єктами ринку, стартапами та провідними технологічними гравцями для розробки унікальних туристичних продуктів або послуг. Наприклад, можлива співпраця з готельними мережами з метою впровадження сучасних технологій або спільна робота з туристичними агентствами над створенням персоналізованих турів, що враховують індивідуальні потреби клієнтів.

Ключові теоретичні концепції інноваційного розвитку підкреслюють складність і багатогранність інноваційної діяльності та її визначальну роль у забезпеченні сталого росту бізнесу. Починаючи від моделей Йозефа Шумпетера і до концепції відкритих інновацій, кожна з цих теорій формує унікальні засади для розуміння взаємозв'язків між інноваціями та успішністю підприємств. Для туристичного сектору ці підходи є особливо важливими, адже вони дозволяють орієнтуватися у формуванні стратегій розвитку та ефективно реагувати на постійні зміни ринкового середовища.

Інноваційні підходи у туристичному бізнесі відіграють визначальну роль у підвищенні його економічної ефективності. Вони змінюють спосіб організації надання послуг, оптимізують внутрішні процеси, сприяють

збільшенню рентабельності та забезпечують стійке зростання. У даному контексті розглядаються основні аспекти впливу інновацій на діяльність туристичних компаній.

Запровадження інновацій має ключове значення для збільшення прибутковості туристичних компаній. Інноваційні рішення дозволяють суттєво скоротити витрати, оптимізувати бізнес-процеси й одночасно розширити джерела доходів. Наприклад, інтеграція автоматизованих систем управління готелями чи сучасного програмного забезпечення для бронювання спрощує процеси управління персоналом, тим самим підвищуючи ефективність операційної діяльності. Водночас, розробка нових продуктів чи послуг, які відповідають змінюваним очікуванням клієнтів, дозволяє охоплювати нові сегменти ринку.

Персоналізовані підходи до обслуговування, як-от використання мобільних додатків чи генерація рекомендацій на базі аналітики даних, є ще одним фактором успіху. Такі інновації не лише підтримують високий рівень лояльності існуючих клієнтів, а й сприяють залученню нових споживачів. Наприклад, застосування технологій великих даних для прогнозування попиту допомагає створювати таргетовані маркетингові кампанії, що водночас знижує витрати та підвищує ефективність рекламних зусиль.

Інновації формують фундамент для створення довгострокових конкурентних переваг у туристичному секторі. Вони дозволяють компаніям пропонувати унікальні рішення, які складно повторити іншим гравцям ринку. Це може бути реалізація принципово нових видів турів, інтеграція цифрових технологій для покращення клієнтського досвіду чи розробка екологічно спрямованих проєктів, зокрема "зеленого туризму" та енергоощадних систем в готельному господарстві.

Важливо зазначити, що інновації мають бути не лише технологічними, а й відповідати потребам і перевагам споживачів. Компанії, які активно адаптуються до змін у ринковому середовищі за допомогою інновацій, матимуть можливість створити сильний бренд із репутацією високої якості й

неповторності пропозицій. Це забезпечить їм стабільність позицій на ринку, навіть в умовах зростаючої конкуренції.

Вплив інновацій на пристосування до змін ринкового середовища

Ринкове середовище, у якому функціонують туристичні компанії, постійно зазнає трансформацій, що висуває особливі вимоги до їхньої здатності швидко адаптуватися. Саме інновації виступають важливим інструментом, який розширює можливості підприємств в умовах постійної мінливості, забезпечуючи гнучкість бізнес-моделей і здатність оперативно реагувати на динамічні зміни попиту, нормативного регулювання або соціальних трендів.

У контексті пандемії COVID-19 спостерігався виразний приклад того, як інноваційні рішення слугували засобом адаптації до нових умов. Зокрема, туристичні компанії активно запроваджували такі рішення, як віртуальні екскурсії і нові формати цифрових послуг, які дозволили не лише забезпечити безперервність діяльності, але й заклали основу для подальшого вдосконалення бізнес-процесів у ситуаціях непевності. Інновації стали каталізатором адаптаційних змін, сприяючи збереженню стабільності доходів та створенню нових можливостей.

Таким чином, впровадження інноваційних рішень дозволяє туристичним компаніям не лише оперативно реагувати на коливання ринкової ситуації, але й закріплювати конкурентні переваги, зміцнюючи стабільність і відкриваючи перспективи сталого розвитку навіть за умов економічної нестабільності.

Процес впровадження інновацій у туристичних компаніях не можна обмежити лише створенням нових продуктів чи запровадженням сучасних технологій. Це стратегічний напрямок, який має бути системно інтегрований у загальну бізнес-стратегію. Такий підхід забезпечує компаніям не лише стійкий розвиток, але й дозволяє ефективніше конкурувати в умовах високої ринкової турбулентності.

Інноваційна складова є невід'ємною частиною стратегічного управління і визначає здатність туристичних компаній до довгострокового зростання. Підприємства, які не інвестують у розвиток новітніх технологій, продуктів чи послуг, ризикують втратити конкурентну позицію, а разом із нею і довіру споживачів. Інноваційні підходи забезпечують приваблення нових клієнтів, оптимізацію операційних витрат і покращення якості взаємодії зі споживачами, що загалом сприяє сталому економічному зростанню.

Для туристичного сектору стратегія інновацій може охоплювати різноманітні аспекти – від інтеграції найсучасніших цифрових платформ до впровадження екологічно відповідальних практик. Такі підходи забезпечують формування конкурентних переваг і відповідають запитам окремих сегментів споживачів. При цьому особливу увагу слід приділяти гармонізації інноваційних ініціатив з іншими елементами бізнесу, такими як маркетингова стратегія, фінансове планування та система управління персоналом. Сформульовані таким чином інновації можуть закріпити лідерські позиції компаній навіть у найбільш непередбачуваних умовах.

Інновації повинні органічно інтегруватися у всі складові бізнес-стратегії туристичних компаній, забезпечуючи системний вплив на їхню діяльність. Вони мають спрямовуватися не лише на модернізацію окремих продуктів чи послуг, але й на реорганізацію внутрішніх процесів, покращення взаємодії з клієнтами та оптимізацію управління ресурсами. Наприклад, запровадження автоматизованих систем управління бронюванням і відносинами з клієнтами спроможне істотно підвищити рівень сервісу, скоротити терміни реагування на замовлення та оптимізувати робочий процес. Крім того, інновації можуть проявлятися у розробці нових каналів збуту, таких як мобільні додатки чи спеціалізовані веб-платформи, що покращують доступність і зручність для споживачів.

Застосування теоретичних моделей до практичних умов функціонування туристичного сектору є дієвим інструментом для аналізу впливу інновацій на динаміку бізнес-процесів. Зокрема, концепція «творчого руйнування» Йозефа

Шумпетера може бути переосмислена для дослідження того, як упровадження новітніх технологій або розробка інноваційних туристичних продуктів витісняють традиційні підходи, відкриваючи нові можливості для ринку. Так само дифузійна модель Евератта Роджерса дозволяє оцінити швидкість і масштаби впровадження передових технологій, таких як онлайн-бронювання або системи штучного інтелекту, у процеси туристичних підприємств.

Таким чином, адаптація теоретичних концепцій до специфіки туристичної сфери сприяє ефективному інтегруванню інновацій у загальні стратегії розвитку компаній, забезпечуючи їхню конкурентоспроможність і здатність до стійкого зростання в умовах постійних змін на ринку.

Хоча інноваційні моделі розвитку відіграють важливу роль у розумінні загальних бізнес-процесів, у туристичній галузі їхнє пряме застосування часто наштовхується на низку бар'єрів. Це обумовлено як особливостями самого туристичного ринку, так і обмеженнями, пов'язаними з адаптацією економічних теорій до практичної роботи туристичних компаній.

Моделі, створені для аналізу загальних економічних явищ, нерідко виявляються малоефективними в умовах туристичного ринку. Наприклад, теорії інновацій, базовані на класичних економічних підходах, часто не враховують специфіку туристичних послуг. Така специфіка включає сильну залежність від сезонності, вплив культурних факторів та індивідуальних уподобань споживачів. Більш того, багато економічних моделей виходять із припущення про стабільний попит і прогнозованість ринкових умов. У той же час туристичний ринок є дуже вола тильним, і його динаміка значно ускладнює реалізацію цих теорій. Ще одним викликом є відсутність універсальних моделей, здатних врахувати різноманіття форматів бізнесу в туризмі. Наприклад, великі міжнародні туроператори працюють за принципово іншими стратегіями, ніж малі компанії чи стартапи, орієнтовані на індивідуальні подорожі. Через це моделі, ефективні у масштабах великих корпорацій, можуть бути невідповідними для сегменту малого та середнього бізнесу в туризмі.

Туристичний ринок вирізняється низкою специфічних характеристик, які ускладнюють успішне інтегрування інноваційних моделей розвитку. По-перше, попит тут є дуже змінним через сезонні, економічні, політичні та соціальні фактори. Це особливо відчутно при виникненні кризових ситуацій, таких як політичні нестабільності, епідемії або природні катаклізми. Подібні обставини кардинально змінюють споживчі настрої та суттєво впливають на можливості розвитку туризму в окремих регіонах. У таких умовах прогнозування та планування стають більш складними завданнями для застосування інновацій.

По-друге, культурні та соціальні аспекти відіграють важливу роль у формуванні попиту на туристичні послуги. Це означає, що вплив емоційних і культурних мотивів споживачів є настільки ж важливим, як і економічні чинники. Зважаючи на це, моделі, орієнтовані винятково на економічну складову, часто ігнорують ці «м'які» аспекти попиту, що обмежує їхню ефективність у туристичній сфері.

Також варто враховувати високий рівень конкуренції та постійні зміни в нормативній базі. Регуляторні нововведення, пов'язані з екологічними стандартами, безпекою чи оподаткуванням, разом із швидкими цифровими трансформаціями ускладнюють реалізацію моделей, які передбачають стабільність чи сталі умови розвитку. У результаті туристичним компаніям доводиться постійно адаптувати свої стратегії до нових викликів, що вимагає більшої гнучкості й органічності під час впровадження інноваційних підходів.

Використання теоретичних моделей інноваційного розвитку в туристичному бізнесі дає змогу отримати загальне розуміння процесів змін і впливу інновацій на організаційні стратегії. Проте ці моделі мають низку обмежень через особливості туристичної галузі. Моделі, які ефективно функціонують в інших секторах економіки, часто не забезпечують тієї ж результативності у туристичному бізнесі або потребують істотного доопрацювання для їхнього коректного застосування.

Виклики у використанні економічних теорій пов'язані з унікальними рисами туристичного ринку, такими як сезонний характер попиту, залежність від культурних чинників і динамічність змін середовища. Це ускладнює безпосереднє впровадження вже існуючих моделей. Проте варто підкреслити, що за належної адаптації теоретичних підходів до специфіки роботи туристичних компаній, вони можуть стати потужним інструментом для стратегічного планування, впровадження інновацій і забезпечення стабільного розвитку бізнесу.

У зв'язку з цим практичне застосування інноваційних моделей у сфері розвитку туристичних компаній є важливим, але вимагає ретельного пристосування до конкретних умов і характеристик кожного ринку. Не менш важливо, щоб компанії зосереджувалися не лише на впровадженні нових технологій чи продуктів, а й на розробці стратегій, здатних відповідати вимогам швидко змінюваного туристичного середовища.

1.3. Аналіз наукових підходів до оцінювання інноваційної діяльності в туризмі

Інноваційна діяльність у сфері туризму виступає вагомим чинником, що зумовлює конкурентоспроможність підприємств, їхню здатність до адаптації в умовах змін та забезпечення сталого розвитку. Для ефективного управління інноваціями недостатньо лише впроваджувати нові ідеї та технології, важливо також здійснювати ґрунтовну оцінку їхнього впливу на бізнес-процеси, економічні результати та стратегічні напрями розвитку компаній. У сучасному динамічному середовищі туристичної галузі необхідність аналізу інноваційної діяльності набуває ще більшої актуальності, адже це сприяє не лише моніторингу ефективності реалізованих інновацій, але й коригуванню стратегій та прийняттю обґрунтованих рішень щодо подальших інвестицій у новаторські проекти.

Встановлення критеріїв і методів оцінювання інноваційної діяльності є складним процесом, що залежить від особливостей функціонування туристичних компаній, масштабів їхнього бізнесу, характеру інновацій і впливу зовнішніх економічних чинників. Наукові підходи до вивчення цього питання варіюються залежно від специфіки дослідницьких напрямів і способів застосування інновацій у туризмі. Незважаючи на цю варіативність, незмінною залишається потреба у створенні чітких і практичних інструментів, які б дозволяли визначати не лише технічну та економічну результативність інновацій, але й їхній вплив на споживчий попит, рівень задоволеності клієнтів і довгострокову життєздатність бізнесу.

У цьому розділі буде проведено аналіз основних наукових підходів до оцінки інноваційної діяльності в туристичному секторі, зокрема шляхом вивчення різних моделей, критеріїв та аналітичних методів оцінювання ефективності інновацій. Такий розгляд сприятиме глибшому розумінню того, як туристичні підприємства можуть структурувати й оцінювати результати впровадження інновацій, а також ідентифікувати ключові фактори, що мають найбільший вплив на їхні економічні показники та конкурентоспроможність у галузі.

Оцінка інноваційної діяльності відіграє ключову роль у стратегічному управлінні туристичними компаніями, оскільки вона забезпечує можливість аналізу ефективності впроваджених змін та дозволяє обґрунтувати доцільність майбутніх інвестицій у сферу інновацій. У контексті туризму процес оцінювання інноваційних проектів базується на врахуванні низки фундаментальних критеріїв, що охоплюють економічні, технологічні та соціальні аспекти.

Процес оцінювання інноваційних проектів у туристичному секторі спрямований на аналіз їхнього впливу на фінансові результати компанії, рівень її конкурентоспроможності, ступінь задоволеності споживачів, а також здатність забезпечувати довгострокову стійкість бізнесу. Основні напрями оцінювання передбачають:

- Фінансовий результат: застосування економічних індикаторів, таких як рентабельність інвестицій (ROI), чиста теперішня вартість (NPV) та внутрішня норма доходності (IRR). Ці показники дозволяють оцінити економічну ефективність реалізації інноваційних рішень та їхній вплив на загальний фінансовий стан підприємства.
- Технологічний прогрес: аналіз інтеграції новітніх технологій, зокрема впровадження систем управління онлайн-бронюванням, розробки мобільних застосунків для туристичного обслуговування, а також використання технологій великих даних для персоналізації послуг відповідно до потреб клієнтів.
- Соціально-економічний ефект: вивчення впливу інновацій на покращення якості надання послуг, зменшення екологічного навантаження галузі туризму та стимулювання формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

Таким чином, комплексний підхід до оцінки інноваційних проектів сприяє поглибленому аналізу їхнього внеску у розвиток компанії та визначенню стратегічних напрямів її функціонування.

Аналіз наукових підходів до оцінювання інновацій у туризмі представлено на рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Основні підходи до оцінювання інновацій у туризмі

Джерело: створено автором самостійно

Для аналізу ефективності інновацій застосовуються різноманітні методики, які суттєво різняться залежно від типу й масштабу проекту. Традиційні підходи базуються на фінансових показниках, таких як ROI (рентабельність інвестицій), NPV (чиста поточна вартість) або IRR (внутрішня норма рентабельності). Ці методи дозволяють здійснити детальну кількісну оцінку фінансової ефективності, проте вони часто не беруть до уваги більш складні аспекти, як-от вплив на екологію чи соціальну відповідальність.

Сучасні ж підходи, зокрема використання індексів інноваційності, забезпечують комплексний аналіз. Вони враховують широкий спектр факторів, включаючи технологічний розвиток, рівень задоволеності клієнтів і вплив на конкурентоспроможність. Індекси можуть будуватися на оцінці таких показників, як обсяг інвестицій у науково-дослідні й конструкторські роботи, кількість отриманих патентів та швидкість впровадження технологічних рішень.

Існують перевірені часом методології оцінювання інновацій, які широко застосовуються в економічних дослідженнях та забезпечують можливість здійснення всебічного аналізу ефективності інноваційних стратегій.

Фінансові показники залишаються центральним інструментом для оцінки результативності впровадження інновацій у сфері туризму, оскільки вони дозволяють зіставити вкладені ресурси з очікуваними економічними результатами. Серед ключових індикаторів варто відзначити:

- ROI (коефіцієнт рентабельності інвестицій): виражає співвідношення отриманого прибутку до витрат на впровадження інновацій. Високі значення цього показника свідчать про ефективність використаних фінансових ресурсів.

- NPV (чиста приведена вартість): враховуючи фактор часу та ризиків, цей показник допомагає визначити економічну доцільність інвестицій шляхом оцінки теперішньої вартості майбутніх грошових потоків.

- IRR (внутрішня норма рентабельності): означає рівень процентної ставки, при якому чиста приведена вартість дорівнює нулю. Вищі значення IRR засвідчують перспективність вкладу капіталу.

Окрім фінансових показників, важливо враховувати і нематеріальні аспекти ефективності, пов'язані із запровадженням інновацій, зокрема соціальні та екологічні наслідки. Серед таких аспектів можна виокремити показники енергозбереження, скорочення негативного впливу на довкілля, покращення робочих умов для персоналу, а також залучення локальних спільнот до економічної діяльності.

Інноваційний розвиток туристичних підприємств передбачає впровадження сучасних методів оцінки, які спрямовані не лише на визначення фінансової вигоди від інновацій, але й на аналіз їх впливу на довгострокову конкурентоспроможність та адаптацію до динамічних умов ринку. Для цього використовуються інтегровані індекси інноваційності, технологічні системи моніторингу і механізми збору зворотного зв'язку від споживачів.

Сучасні методи аналізу інноваційної активності включають використання інтегрованих індексів інноваційності як інструменту для комплексного оцінювання впливу нововведень на різні аспекти функціонування туристичних компаній. Дані індекси охоплюють широкий спектр показників, які включають рівень технологічного розвитку, обсяг інвестицій у дослідження та розробки, кількість реалізованих інноваційних продуктів і послуг, а також здатність організації до оперативної адаптації в умовах змінних ринкових тенденцій.

Аналізуючи результати за такими параметрами, компанії можуть отримати не лише кількісні оцінки ефективності інновацій, але й стратегічні рекомендації для підвищення своєї конкурентоспроможності. Це дозволяє

здійснювати систематичний моніторинг інноваційної діяльності на різних етапах її реалізації та забезпечує гнучкість у прийнятті управлінських рішень.

Застосування інновацій у сфері туризму нерозривно пов'язане із інтеграцією новітніх технологій, спрямованих на вдосконалення клієнтського досвіду та оптимізацію внутрішніх бізнес-процесів. Одним із ключових інструментів у цьому контексті є аналіз великих даних. Ця технологія забезпечує доступ до детальної інформації про поведінкові характеристики клієнтів, їх уподобання та виклики, які вони стикаються у процесі користування послугами. Завдяки аналізу відповідних даних компанії здатні підвищувати якість свого сервісу, прогнозувати зміни у споживчому попиті та забезпечувати вищий рівень персоналізації власних пропозицій.

Штучний інтелект є важливим елементом технологічного арсеналу, який дозволяє автоматизувати взаємодію з клієнтами, оптимізувати маркетингові кампанії та покращувати управління внутрішніми операціями. Інструменти штучного інтелекту допомагають формувати прогнози щодо потреб клієнтів, оптимізувати канали комунікації та проводити оцінки ефективності впроваджених інновацій у реальному часі.

Зворотний зв'язок від клієнтів і партнерів є важливим інструментом для оцінки успіху інновацій. В туристичній галузі зворотний зв'язок від клієнтів є критично важливим для оцінки ефективності нових продуктів і послуг. Компанії активно використовують опитування, анкети та інші методи збору відгуків для отримання таких даних. Зібрана інформація дозволяє визначити, наскільки нововведення відповідають потребам клієнтів і їх конкурентоспроможність на ринку.

Не менш важливою є оцінка через зворотний зв'язок від партнерів туристичних компаній. Це можуть бути готелі, транспортні оператори або агентства, які разом формують ланцюг створення туристичної цінності. Такий підхід дає змогу оцінити вплив інноваційних змін на координацію між учасниками галузевого середовища та підвищити загальну продуктивність їх співробітництва.

Інновації відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності туристичних компаній, що є однією із засадничих умов їх успіху на динамічному та мінливому ринку. Для аналізу цього впливу використовуються різноманітні підходи, які дозволяють оцінити не лише поточний стан компаній, а й довгострокові перспективи інноваційного розвитку.

Запровадження інноваційних технологій та створення нових продуктів дають можливість туристичним компаніям забезпечувати послуги, які відповідають сучасним вимогам споживачів. Це сприяє збільшенню частки ринку, зміцненню лояльності клієнтів та покращенню фінансових показників. Для оцінки таких змін застосовуються відповідні фінансові показники та індекси, які дозволяють чітко порівняти результати роботи компанії до та після впровадження інноваційних рішень.

Інновації здатні генерувати як оперативні, так і тривалі результати. Важливо аналізувати вплив таких змін через призму адаптації до новітніх технологій, еволюції споживчих запитів, відкриття нових каналів збуту тощо. Компаніям необхідно постійно вдосконалювати свої бізнес-стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними навіть у динамічному ринковому середовищі.

Здатність швидко реагувати на динаміку ринку є важливою умовою для успішного функціонування компаній у сфері туризму. Серед ефективних інструментів моніторингу можна виділити аналітику великих даних, вивчення дій конкурентів і зворотний зв'язок від клієнтів. Ці методи допомагають адаптувати послуги й продукти до актуальних запитів ринку та своєчасно коригувати стратегії розвитку, забезпечуючи стабільність конкурентних переваг.

Загалом сучасні інструменти та підходи до оцінки інноваційного прогресу дозволяють туристичним компаніям отримувати чітке уявлення про ефективність впроваджених змін, оцінювати рівень конкурентоспроможності

та ухвалювати продумані рішення для довготривалого розвитку в умовах мінливого ринкового середовища.

Оцінювання інноваційної діяльності в секторі туристичного бізнесу є складним і багатогранним завданням, яке вимагає урахування специфічних чинників та умов у межах галузі. Водночас ця сфера стикається із низкою проблем та обмежень, що значно ускладнюють ефективне впровадження і оцінювання інновацій.

Однією з ключових перешкод для оцінки інновацій у туризмі є відсутність уніфікованих стандартів та критеріїв, необхідних для вимірювання результативності інноваційних ініціатив. Це створює труднощі з порівнянням досягнень різних суб'єктів ринку і визначенням об'єктивних показників, які здатні достеменно відобразити вплив інновацій на діяльність підприємства. Такий дисбаланс сприяє ситуації, коли компанії застосовують різні системи оцінки, котрі часто не враховують особливостей функціонування туристичної галузі.

Інновації у сфері туризму можуть стосуватися не лише змін у продуктах і послугах, але й технологічних чи операційних процесів. Кожен із цих напрямів має специфічні вимоги до оцінювання, що потребує впровадження спеціалізованих моделей, здатних адаптуватися до динаміки ринку та актуальних тенденцій.

Традиційно застосовувані методи оцінювання, такі як аналіз фінансових результатів (ROI, NPV, IRR), виявляються недостатньо ефективними для комплексної оцінки інноваційної діяльності в туризмі. Це особливо актуально у випадках впровадження нематеріальних інновацій, наприклад, нових підходів до обслуговування клієнтів чи підвищення іміджу компанії. Орієнтованість традиційних методик переважно на фінансові показники ігнорує значення соціального чи екологічного ефекту, що є важливими компонентами сучасного розвитку туристичного бізнесу.

Для ефективного використання інноваційних технологій у туристичній сфері необхідно розробити та впровадити адаптовані до сучасних умов

методології оцінювання. Сюди можуть належати підходи, що інтегрують передові цифрові технології, такі як аналіз великих даних, штучний інтелект або блокчейн, які здатні забезпечити більш точну та багатовимірну оцінку впливу інноваційних рішень на бізнес-процеси.

Зазначені методики мають ґрунтуватися на багатофакторних моделях, які одночасно враховують економічні, соціальні, екологічні та технологічні аспекти інноваційної діяльності. Такий підхід дозволить здійснювати більш комплексну оцінку ефективності впроваджених інновацій, їхнього внеску у підвищення конкурентоспроможності підприємств та сприятиме сталому розвитку туристичної галузі загалом.

Аналіз основних підходів до оцінки інноваційної діяльності у сфері туризму демонструє суттєве значення інновацій як ключового чинника зростання та розвитку туристичних підприємств. Ефективна оцінка впроваджуваних інновацій набуває стратегічного значення, адже дозволяє не лише підвищити ефективність управління, а й забезпечити відповідність компаній викликам сучасного ринку. Сучасна методологія оцінювання охоплює як традиційні фінансові підходи, так і новітні технологічні засоби, зокрема аналіз великих даних, алгоритми штучного інтелекту та комплексні індекси, що дають змогу інтегрувати соціальні, екологічні та технологічні фактори у загальну систему оцінки.

Щодо практичного використання таких інструментів, найбільш ефективними виявляються мультифакторні підходи, які поєднують фінансові метрики із сучасними технологіями. Нині все більшу важливість отримують екологічні та соціальні аспекти як складові, які активно впливають на споживчі уподобання. Інтеграція технологій збору і аналізу даних про поведінку споживачів, а також використання механізмів зворотного зв'язку від клієнтів та партнерських організацій забезпечує глибший аналіз і точнішу оцінку інноваційних рішень.

Коректне оцінювання результатів інноваційної діяльності має вирішальне значення для стратегічного розвитку та конкурентних позицій

туристичних компаній. Завдяки таким оцінкам розробляється обґрунтована політика подальшого розвитку, а також ідентифікуються напрями для покращення інноваційного портфеля. Крім того, правильно проведена оцінка мінімізує ризики впровадження неефективних рішень, запобігає фінансовим втратам та зміцнює репутацію компанії у конкурентному середовищі. Таким чином, оцінка інноваційної діяльності є не лише елементом контролю, а й стратегічним інструментом підвищення сталості та довгострокового успіху туристичних підприємств.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ АКТУАЛЬНОГО СТАНУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

2.1. Оцінка впровадження інновацій у туристичних компаніях України

На сьогодні українська туристична галузь демонструє високий рівень динаміки й перспективності в розвитку економіки. Однак за умов глобальної конкуренції та швидких змін на ринковій арені подальший прогрес туристичних компаній неможливий без активного впровадження інноваційних рішень. Завдяки таким процесам підприємства отримують можливість покращувати якість послуг, входити в нові клієнтські сегменти, оптимізувати внутрішні операції та забезпечувати стабільні конкурентні переваги.

Аналіз інноваційного потенціалу туристичних компаній України є важливим інструментом дослідження галузі, адже він допомагає оцінювати здатність підприємств адаптуватися до сучасних викликів, ефективність використання інноваційних технологій та основні напрями їхнього розвитку. Особлива увага зосереджується на таких складових, як цифровізація послуг, інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій, створення оригінальних туристичних пропозицій та впровадження принципів сталого розвитку.

У межах цього підрозділу аналізуються ключові показники інноваційної діяльності туристичних компаній України, визначається рівень використання сучасних технологій і рішень, а також досліджуються основні проблеми та перспективи інноваційного прогресу в галузі. Особливий акцент зроблено на практиках, які дозволяють підвищити ефективність роботи компаній, їхню

гнучкість у реагуванні на зміни ринку та здатність підтримувати конкурентоспроможність у нинішніх умовах економічного середовища.

Інновації є одним із ключових чинників, що визначають конкурентоспроможність туристичних компаній у сучасних умовах. У період, коли глобалізація та стрімкий розвиток технологій активно трансформують туристичну сферу, застосування інноваційних підходів дає змогу не лише зберігати актуальність бізнесу, а й підвищувати якість обслуговування клієнтів, знижувати витрати, оптимізувати робочі процеси та розширювати асортимент послуг.

Для більш детального ознайомлення з ефективністю впровадження інновацій туристичними компаніями України, слід розглянути діаграму найпопулярніших туристичних підприємств на ринку країни, які активно реалізують інноваційну політику у своїй діяльності (рис. 2.1). Також варто проаналізувати, які інноваційні проекти вже впроваджені, які з них сприяють розвитку підприємства та розширенню клієнтської бази, а також визначити, які компанії продовжують активно розвиватися, а які зупинилися на досягнутому.

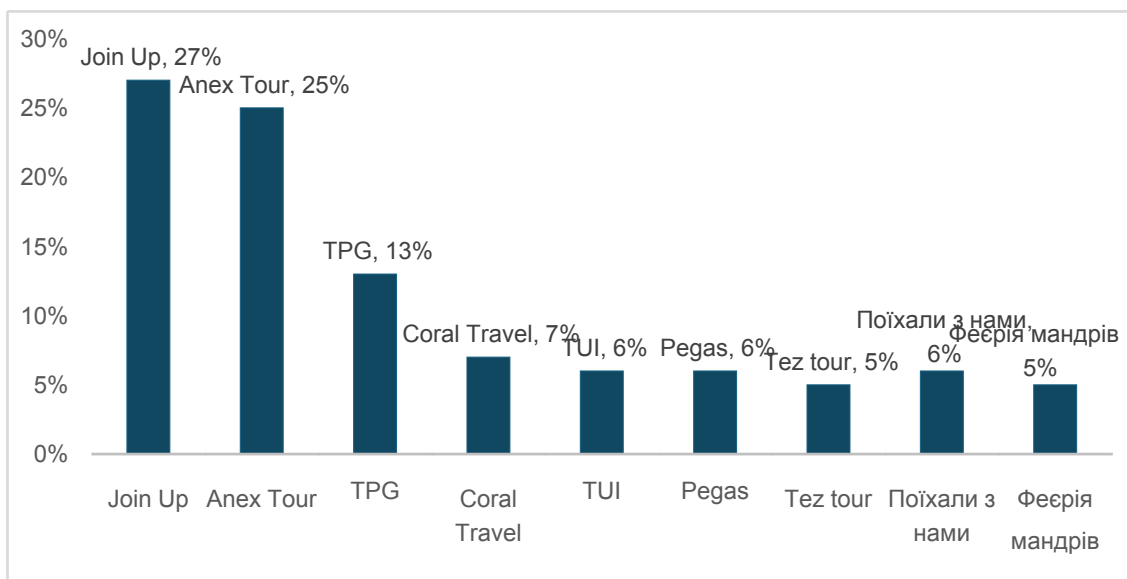


Рисунок 2.1 – Рейтинг туристичних підприємств України, %

Джерело: створено на основі [29]

Слід відзначити компанію «TPG», яка своєчасно провела ребрендинг і активно впроваджує інновації у свою діяльність. Зокрема, вони повністю оновили свій веб-сайт та уклали численні важливі партнерські угоди з іншими компаніями, зокрема з провідними світовими авіаперевізниками, такими як Air France, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, KLM, Delta, МАУ, Transaero та Аерофлот. Це дозволяє їм організовувати чартерні рейси, які є актуальними для їхніх пасажирів. Інноваційна політика компанії спрямована на повну автоматизацію роботи менеджерів, які обслуговують постійних клієнтів. Крім того, туристи мають можливість самостійно отримувати інформацію, що їх цікавить, і виконувати певні операції.

Також варто відзначити компанію «TPG», яка своєчасно провела ребрендинг і активно впроваджує інновації у свою діяльність. Зокрема, вони повністю оновили свій веб-сайт та уклали численні важливі партнерські угоди з іншими компаніями, зокрема з провідними світовими авіаперевізниками, такими як Air France, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, KLM, Delta, МАУ, Transaero та Аерофлот. Це дозволяє їм організовувати чартерні рейси, які є актуальними для їхніх пасажирів. Інноваційна політика компанії спрямована на повну автоматизацію роботи менеджерів, які обслуговують постійних клієнтів. Крім того, туристи мають можливість самостійно отримувати інформацію, що їх цікавить, і виконувати певні операції.

Інноваційний курс також підтримують компанії, такі як TUI, Coral Travel та Tez Tour. Хоча їх частка на ринку України не є значною, вони активно реалізують рекламні кампанії, впроваджують різні інновації та розвивають нові напрямки відпочинку для українських туристів.

Серед українських туристичних підприємств варто відзначити «Феєрію Мандрів» та «Поїхали з нами», які досягли значних успіхів у своєму розвитку. Наприклад, компанія «Феєрія Мандрів» за короткий час змогла ефективно позиціонувати себе на ринку. Вони обрали вдалий контент і відкрили нові туристичні напрямки, що зацікавило мандрівників. Фірма також розробила інноваційний формат представлення турів, який привернув увагу туристів і

став прикладом того, як компанія може розвиватися завдяки інноваційним підходам.

Щодо мережі туристичних агентств «Поїхали з нами», варто зазначити, що за 8 років своєї роботи їм вдалося розширити свою мережу з 1 до 300 агентств, а також збільшити кількість представництв в Україні. Ці зміни стали можливими завдяки активній інноваційній політиці та ефективній стратегії ведення і розвитку бізнесу в сучасних умовах.

Інновації відіграють ключову роль у розвитку туристичних компаній України, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності, оптимізації бізнес-процесів та покращенню клієнтського досвіду. Впровадження технологічних, екологічних, маркетингових та організаційних рішень дозволяє компаніям адаптуватися до змін ринку, залучати нових клієнтів і забезпечувати стійкий розвиток галузі (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Роль інновацій у розвитку туристичних компаній України

Тип інновацій	Приклад впровадження	Результат для компанії
Технологічні інновації	Впровадження мобільних додатків для бронювання турів	Збільшення зручності для клієнтів, покращення сервісу
Продуктові інновації	Розробка нових маршрутів для екологічного туризму	Задоволення попиту на екологічні послуги, збільшення кількості клієнтів
Організаційні інновації	Впровадження CRM-систем для управління відносинами з клієнтами	Поліпшення взаємодії з клієнтами, підвищення лояльності та продажів
Маркетингові інновації	Використання штучного інтелекту для аналізу поведінки туристів	Точний прогноз попиту, персоналізовані пропозиції, ефективніше залучення клієнтів через таргетовану рекламу
Соціальні інновації	Запровадження програм лояльності та бонусних систем	Покращення утримання клієнтів, встановлення тривалих відносин, заохочення рекомендаційних продажів
Екологічні інновації	Впровадження екологічно чистих готелів та транспорту для туристів	Мінімізація негативного впливу на довкілля, підвищення іміджу компанії, залучення екосвідомих туристів

Джерело: створено автором

Отже, інновації в туристичній галузі сприяють підвищенню ефективності компаній, покращенню клієнтського досвіду та адаптації до сучасних ринкових вимог. Завдяки технологічним, екологічним, маркетинговим та організаційним рішенням туристичні компанії можуть розширювати клієнтську базу, зміцнювати конкурентні позиції та забезпечувати сталий розвиток, зокрема через персоналізацію послуг, автоматизацію процесів та впровадження екологічних стандартів.

Також основні тенденції інновацій у туристичних компаніях України представимо в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Основні тенденції інновацій у туристичних компаніях України

Тенденція	Опис тенденції	Приклад впровадження
Цифровізація	Впровадження новітніх технологій для взаємодії з клієнтами	Онлайн-бронювання, мобільні додатки для туризму
Еко-туризм	Розвиток екологічного туризму та сталих практики	Пропозиція турів в національні парки, еко-курорти
Персоналізація послуг	Створення індивідуальних турів на основі аналітики даних	Використання CRM-систем для персоналізованих пропозицій

Джерело: створено автором

Цифровізація туристичної галузі. Від впровадження онлайн-бронювання до застосування віртуальної реальності для презентації туристичних послуг - цифрові технології докорінно змінюють підхід до спілкування з клієнтами та формування досвіду користувачів.

Розвиток еко-туризму та туризму сталого розвитку. У відповідь на поточні екологічні виклики туристичні компанії все більше орієнтуються на створення продуктів, які підтримують принципи сталого розвитку та сприяють екологічній відповідальності.

Персоналізація послуг. Завдяки технологіям обробки великих даних компанії можуть надавати клієнтам персоналізовані рішення, що сприяє підвищенню задоволеності споживачів та їхньої лояльності.

Розгляд нормативно-правової бази, яка регулює інноваційну діяльність у сфері туризму, є ключовим елементом для формування ефективної стратегії розвитку цієї галузі.

Правове регулювання забезпечує основу для впровадження нових технологій, створення інноваційних туристичних продуктів та послуг, а також модернізації інфраструктури. В Україні розвиток інноваційної діяльності у сфері туризму підтримується комплексом законодавчих актів, які створюють сприятливе середовище для нововведень та стимулюють активну діяльність суб'єктів ринку.

Серед найбільш вагомих нормативно-правових документів, що регламентують цю сферу, можна виділити такі:

1) Закон України «Про туризм» слугує базовим нормативним актом, який не лише окреслює загальні принципи роботи туристичних компаній і організацій, а й закладає підґрунтя для розробки й впровадження інноваційних підходів та стратегій у туристичній галузі. Він передбачає нормативні рамки для розвитку сталого туризму, використання сучасних технологій та залучення інвестицій в інноваційні проекти [1].

2) Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає загальні положення щодо стимулювання та впровадження інновацій в економічних секторах, включно з туристичною сферою. Цей документ окреслює механізми державної підтримки інноваційних ініціатив, впровадження сучасних технологій і розробки конкурентоспроможних послуг для внутрішнього та міжнародного ринків [2].

3) Різноманітні постанови Кабінету Міністрів України деталізують реалізацію правових норм і виступають основою для практичної імплементації інновацій у туризмі. Наприклад, вони передбачають механізми розвитку екологічного туризму, забезпечення енергоефективності туристичної інфраструктури, а також заходи з адаптації стандартів до міжнародних практик. Особливу увагу приділено питанням сталого розвитку, що відповідає глобальним трендам і потребам у збереженні природних ресурсів.

Таким чином, нормативно-правова база в Україні створює умови для динамічного розвитку туризму через заохочення інноваційної діяльності, яка сприяє підвищенню якості послуг і конкурентоспроможності галузі на світовій арені (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні нормативно-правові акти, що регулюють інноваційну діяльність у туризмі

Нормативно-правовий акт	Основні положення	Вплив на інноваційну діяльність у туризмі
Закон України «Про туризм»	Визначення основних принципів туризму та розвитку інфраструктури	Окреслює напрямки для розвитку нових туристичних продуктів
Закон України «Про інноваційну діяльність»	Описує інноваційні процеси та їх стимулювання	Сприяє розвитку нових технологій та послуг у туризмі
Постанови Кабінету Міністрів України	Регулювання екологічних стандартів та енергоефективності	Підтримка еко-туризму та сталих інноваційних рішень

Джерело: створено автором на основі [1, 2]

Дані складові не тільки сприяють регулюванню, але й забезпечують підтримку інноваційних процесів у туристичних компаніях, допомагаючи їм розвиватися та адаптуватися до сучасних ринкових вимог.

Цифрові технології суттєво трансформують туристичну галузь, надаючи змогу підприємствам не лише більш ефективно вести комунікацію зі споживачами, але й знижувати операційні витрати, удосконалювати якість наданих послуг та зміцнювати свої конкурентні позиції на ринку. У період із 2020 по 2023 роки в Україні спостерігається помітне зростання застосування інноваційних технологій у діяльності туристичних компаній. Особливого розвитку набули напрями, пов'язані з інтеграцією мобільних додатків, впровадженням онлайн-систем бронювання, використанням CRM-платформ,

а також із застосуванням аналітики великих даних (Big Data) для індивідуалізації пропозицій (табл. 2.4).

Мобільні додатки для бронювання послуг усе частіше стають ключовим елементом бізнес-моделей туристичних компаній. Вони сприяють скороченню часу, витраченого на взаємодію із клієнтами, і забезпечують споживачам зручність під час вибору та сплати за тури. Паралельно онлайн-системи бронювання поступово стають невід’ємною складовою для оптимізації процесу реалізації послуг. Використання CRM-систем дозволяє накопичувати й аналізувати історію взаємодій із клієнтами, що, своєю чергою, підсилює їхню лояльність і підвищує ефективність маркетингових активностей.

Таблиця 2.4

Оцінка рівня впровадження цифрових технологій у туристичних компаніях України

Цифрова технологія	Кількість компаній	Мета використання	Рівень інтеграції	Приклад компанії
Мобільні додатки для бронювання	45%	Покращення зручності бронювання, доступ до сервісів в будь-який час	Високий: Інтеграція з онлайн-бронюванням та оплатою	TravelPartner, JoinUp!
Онлайн-системи бронювання	60%	Автоматизація процесу бронювання, зниження помилок, економія часу	Високий: Мобільні додатки та інтеграція з платіжними системами	TUI Ukraine, Anex Tour
CRM-системи	35%	Управління взаємодією з клієнтами, персоналізація пропозицій	Середній: Базове використання для збереження історії клієнтів	Misto Tour, PPL Group
Великі дані (Big Data)	20%	Персоналізація пропозицій, покращення маркетингових стратегій	Низький: Основне використання на початкових етапах	Klio Travel, TUI Ukraine
Чат-боти	25%	Автоматизація комунікації з клієнтами, відповідь на часті питання	Середній: Впровадження у процеси клієнтського сервісу	JoinUp! Tez Tour

Джерело: створено автором

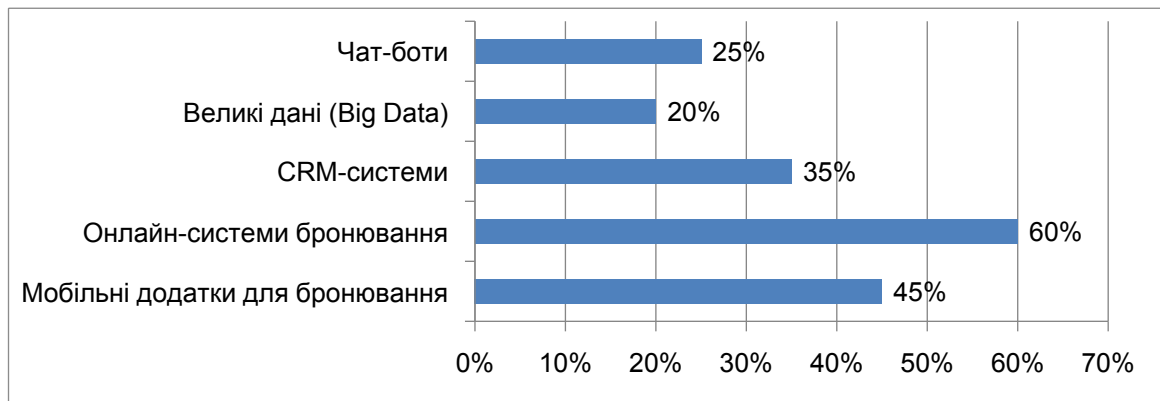


Рисунок 2.2 – Динаміка впровадження цифрових технологій у туристичних компаніях України

Для візуального сприйняття, графічно продемонструємо динаміку рівня впровадження цифрових технологій у туристичних компаніях України з табл. 2.4 на рис. 2.2.

Сьогодні більшість компаній впроваджують онлайн-системи бронювання як ключовий інструмент для автоматизації та оптимізації взаємодії з клієнтами. Мобільні додатки для бронювання, хоча й є важливим елементом сучасного туристичного сервісу, потребують значних зусиль для якісної інтеграції в робочі процеси компаній. Також активне застосування CRM-систем забезпечує зберігання історії взаємодій із клієнтами, що сприяє підвищенню ефективності маркетингових кампаній.

Розподіл інноваційних технологій серед туристичних компаній представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Розподіл інноваційних технологій серед туристичних компаній України

Інноваційна технологія	Використовують	Тип технології	Рівень розвитку	Приклад впровадження
ІТ-рішення для автоматизації процесів	55%	CRM-системи, платформи для онлайн-бронювання	Високий	TUI Ukraine, Anex Tour
Нові туристичні продукти (екологічні тури, тури по нових маршрутах)	40%	Розробка нових напрямків туризму	Середній	TravelPartner, JoinUp!

Цифрові платформи для управління туризмом (сайти, мобільні додатки)	50%	Мобільні додатки, цифрові платформи	Високий	Tez Tour, PPL Group
Програмне забезпечення для персоналізації пропозицій на основі Big Data	30%	Великі дані, персоналізація	Низький	Klio Travel, JoinUp!
Віртуальні тури	15%	Віртуальна реальність (VR)	Низький	Misto Tour, Anex Tour

Джерело: створено автором самостійно

Інноваційні технології займають центральне місце у стратегіях розвитку багатьох туристичних компаній в Україні. Вони охоплюють як традиційні IT-рішення, так і сучасні туристичні продукти та цифрові платформи, що дозволяють бізнесу впроваджувати більш гнучкі й персоналізовані послуги.

Серед найпопулярніших технологій виділяються новітні цифрові платформи для управління всіма аспектами туризму, включаючи бронювання, онлайн-оплати та організацію екскурсій. Крім того, програми для аналізу туристичних ринків і адаптивні онлайн-ресурси дозволяють застосовувати персоналізований підхід до клієнтів, наприклад, пропонувати рекомендації на основі аналізу їхньої поведінки в мережі. Такі рішення активно інтегруються в діяльність учасників цього ринку, формуючи конкурентоспроможний простір.

Для візуального сприйняття, графічно продемонструємо динаміку впровадження інноваційних технологій серед туристичних компаній з табл. 2.5 на рис. 2.3.

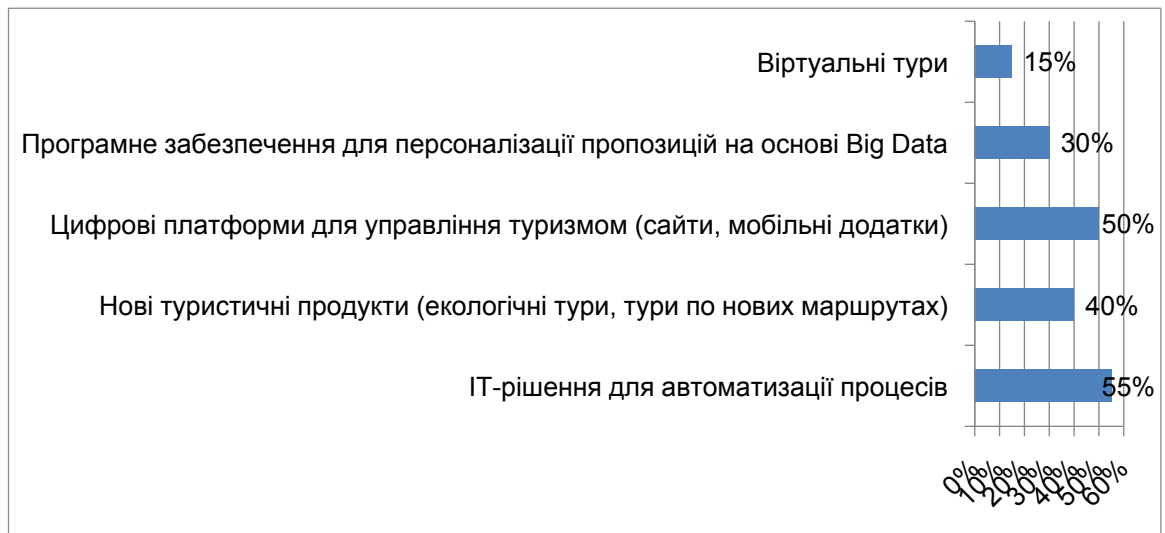


Рисунок 2.3 – Динаміка впровадження інноваційних технологій серед туристичних компаній України, %

Аналіз упровадження інновацій у туристичних компаніях України показує, що найбільшу увагу приділяють IT-рішенням для автоматизації процесів (55%) та цифровим платформам для управління туризмом (50%). Також значна частка компаній інвестує в розробку нових туристичних продуктів, зокрема екологічних турів (40%), і програмне забезпечення для персоналізації пропозицій (30%). Водночас віртуальні тури мають найменший рівень впровадження (15%), що свідчить про їхню недостатню популярність або високу вартість реалізації, хоча вони можуть стати перспективним напрямом у майбутньому.

Тенденції та висновки, які простежуються у сфері туризму, свідчать про значне посилення ролі технологій у розвитку галузі. Зокрема, IT-рішення, що спрямовані на автоматизацію бізнес-процесів, а також цифрові платформи для управління туристичними послугами, впевнено утримують провідні позиції на ринку. Це вказує на високий ступінь інтеграції сучасних технологій у діяльність туристичних компаній, сприяючи їхній конкурентоспроможності та ефективності.

Серед значущих напрямів інноваційного розвитку варто виділити створення нових туристичних продуктів та персоналізацію пропозицій для

споживачів. Такі підходи дозволяють оперативно реагувати на зміни у поведінкових патернах клієнтів і відповідати актуальним трендам світового туристичного ринку, що вимагає гнучкості та орієнтації на індивідуальні потреби.

Окремої уваги заслуговує програмне забезпечення для аналізу великих масивів даних, а також віртуальні тури, які лише починають набирати обертів у галузі. Попри те, що ці технології перебувають на ранніх стадіях впровадження, вони вже демонструють значний потенціал і перспективи для майбутнього застосування, особливо з огляду на зростаючий попит на інноваційний підхід до досвіду подорожей.

Представлені таблиці та аналітика допомагають отримати чітке розуміння рівня впровадження інновацій серед туристичних компаній України. Крім цього, вони дають змогу краще простежити ключові тенденції, які формують інноваційну активність у цій галузі, слугуючи основою для подальшого розвитку та адаптації до змінних умов ринку.

В Україні туристичні компанії активно застосовують інноваційні підходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, оптимізацію операційної діяльності та поліпшення клієнтського досвіду. Серед найбільш вдалих прикладів можна відзначити впровадження мобільних додатків для бронювання, персоналізовані пропозиції на основі аналізу великих даних, розробку нових туристичних продуктів, а також інтеграцію цифрових платформ для ефективнішої взаємодії з клієнтами (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Інноваційні рішення туристичних компаній України та за кордоном

Компанія	Інноваційне рішення	Тип технології	Адаптація до українського ринку	Результат
TravelPartner	Персоналізація через мобільні додатки	Big Data, мобільні додатки	Персоналізовані рекомендації для українських користувачів	Підвищення рівня лояльності та повторних покупок
JoinUp!	CRM-система для автоматизації	CRM-системи,	Запуск мобільного додатку для простоти	Збільшення клієнтської бази

	взаємодії з клієнтами	мобільні додатки	взаємодії	
Airbnb	Платформа для оренди житла	Онлайн-платформа	Локалізація під українські умови, мобільні додатки	Популярність серед українських мандрівників
Booking.com	Платформа для онлайн-бронювання готелів	Інтернет-технології	Адаптація маркетингу під український ринок	Збільшення кількості бронювань через український сегмент
TUI Group	Віртуальні тури, мобільні додатки	Віртуальна реальність, мобільні додатки	Запуск віртуальних турів для українського ринку	Підвищення популярності туризму по Україні

Джерело: створено автором самостійно

Випадок 1: TravelPartner

TravelPartner є одним із провідних представників туристичного бізнесу в Україні, який впровадив передові технології для персоналізації своїх послуг через онлайн-платформи. Компанія створила мобільний додаток, що допомагає клієнтам не лише здійснювати бронювання, але й отримувати індивідуальні рекомендації щодо туристичних напрямків. Алгоритми додатка формуються на основі аналізу поведінки користувачів та їхніх попередніх уподобань. Це стало можливим завдяки застосуванню технологій обробки великих даних, які дозволяють оптимізувати пропозиції, підвищуючи ймовірність повторної співпраці з клієнтами та утримання споживачів.

Інноваційні елементи:

- Використання алгоритмів для персоналізації рекомендацій.
- Інтеграція платформи бронювання із системами онлайн-платежів.

Випадок 2: JoinUp!

JoinUp!, ще одна українська туристична компанія, демонструє приклад успішного використання інноваційних рішень у наданні послуг та організації подорожей. Зокрема, компанія активно пропонує мобільні додатки для бронювання турів, які також допомагають клієнтам оперативно отримувати актуальну інформацію щодо змін у програмах або деталі поїздок. Важливим

кроком стало впровадження CRM-системи, що збирає дані про поведінку користувачів і дозволяє створювати сегментовані пропозиції на основі історії взаємодії з клієнтами.

В JoinUp! повідомляють, що у 2023 році продовжила скорочуватися глибина бронювання турів. Мандрівки українці найчастіше оформлювали лише за 8 днів до початку поїздки. Тоді як у 2022 році терміни бронювання були більшими і досягали 14–21 дня (рис. 2.4).

Хто подорожував частіше?



Глибина бронювання



Рисунок 2.4 – Тенденція до скорочення бронювання турів [25]

Попит на подорожі в Україні поступово відновлюється. Адже послугами Join UP! протягом 2023 року скористались 235 073 людей, що на 48% більше, ніж у 2022 році. Але цей показник все ще вчетверо менший в порівнянні з довоєнним 2021 роком (рис. 2.5).

Попит на подорожі



Рисунок 2.5 – Попит на подорожі туроператора Join UP! [25]

Інноваційні елементи:

- Використання мобільних додатків для гнучкої комунікації з клієнтами.
- CRM-платформа для збору та аналізу даних із персоналізацією послуг.

Запозичення міжнародного досвіду: адаптація інновацій до ринку України

Українські туристичні компанії активно переймають надбання міжнародної практики, адаптуючи передові рішення до локального ринку. Такі адаптації демонструють ефективність використання глобальних стратегій у рамках місцевих умов.

Приклад 1: Airbnb (США)

Airbnb є однією з найбільших світових платформ з оренди приватного житла, яка значно вплинула на трансформацію туристичного сервісу через широке впровадження цифрових технологій.

Адаптація в Україні:

- Платформу було адаптовано для українського ринку шляхом розробки інтерфейсу українською мовою та підтримки користувачів через мобільні додатки, що сприяло полегшенню процесу оренди житла українськими туристами.
- Під час пандемії COVID-19 Airbnb змінила свою політику в бік гнучкого скасування бронювань, що відповідало новим потребам ринку, пов'язаним із підвищеною невизначеністю планування подорожей.

Приклад 2: Booking.com (Нідерланди) – оптимізація для ринку України

Booking.com є однією з провідних онлайн-платформ для бронювання готелів та супутніх туристичних послуг, яка впроваджує інноваційні технології з метою забезпечення зручності та доступності для користувачів. Клієнти платформи мають змогу обирати серед широкого спектра готельних

об'єктів і апартаментів, користуючись можливістю миттєвого бронювання та релевантних відгуків інших користувачів.

Особливості адаптації до українського ринку:

Стратегія Booking.com успішно враховує поведінкові особливості українських споживачів, зокрема через запровадження акцій, знижок та спеціальних пропозицій, орієнтованих на локальну аудиторію.

Крім цього, платформа інтегрує послуги, які відповідають специфіці місцевої інфраструктури. Це дає змогу користувачам бронювати сервіси від партнерів в Україні, включно з готелями, ресторанами, а також організовувати індивідуальні тури завдяки співпраці з місцевими постачальниками послуг.

Приклад 3: TUI Group (Німеччина) – локалізація для українського ринку

TUI є однією з найбільших світових туристичних корпорацій, що активно впроваджує інноваційний підхід у пропонувannya широкого вибору послуг для мандрівників. Компанія реалізує низку цифрових ініціатив, таких як віртуальні тури, мобільні додатки для бронювання та технологічні інструменти для персоналізації туристичних пропозицій.

Аспекти локалізації в Україні:

TUI адаптувала свої програмні рішення для автоматизації процесів бронювання до вимог українських стандартів і локальних ринкових умов, враховуючи високий попит на подорожі як усередині країни, так і за її межами.

Особливу популярність серед українських туристів здобули віртуальні тури. В умовах пандемії вони стали ефективним засобом ознайомлення з потенційними напрямками до реального здійснення подорожі, що сприяло поширенню таких послуг на ринку.

Інноваційний розвиток туристичного сектору України активно стимулюється впровадженням передових цифрових технологій, зокрема мобільних додатків, онлайн-платформ і CRM-систем. Ефективно інтегровані рішення українських компаній поряд із адаптацією міжнародного досвіду свідчать про значний потенціал для зростання цього сектору, а також для підвищення рівня конкурентоспроможності українських туристичних

підприємств на глобальному ринку. Успішні практики доводять, що інноваційна діяльність є засадничим фактором розвитку галузі, сприяючи залученню нових клієнтів та покращенню позицій компаній у конкурентному середовищі.

Одним із головних бар'єрів для інноваційного розвитку туристичних компаній в Україні є недостатнє фінансування та брак інвестицій. За результатами досліджень, близько 40% компаній туристичного сектору стикаються зі значними труднощами у залученні коштів для впровадження інноваційних технологій. Це особливо актуально для малих і середніх підприємств, які мають обмежений доступ до фінансових ресурсів.

Для ефективного впровадження інновацій українським туристичним компаніям потрібно мати доступ до різноманітних джерел фінансування, таких як державні гранти, закордонні інвестиції чи партнерства з великими корпораціями. Проте висока економічна нестабільність в Україні часто змушує інвесторів ставитися з пересторогою до вкладень в туристичну галузь. Крім того, внутрішні резерви багатьох компаній також залишаються на низькому рівні, що зменшує їх готовність брати участь у масштабних інвестиційних проектах. Така ситуація суттєво обмежує фінансування інноваційних ініціатив, як-от створення сучасних онлайн-платформ, розробка мобільних додатків або впровадження CRM-систем, які є ключовими для успішного розвитку галузі.

Інноваціям потрібні не тільки фінансові ресурси, а й кваліфіковані кадри. Проте в українських туристичних компаніях спостерігається дефіцит фахівців, здатних працювати з новітніми технологіями. Лише 30% таких підприємств мають у штаті працівників, які спеціалізуються на цифрових технологіях або інноваційних рішеннях.

Одна з головних причин цього явища - відсутність спеціалізованих освітніх програм у галузі туризму, які б забезпечували фахівців необхідними знаннями та навичками для роботи з інноваціями. Через це компанії часто змушені самостійно інвестувати значні ресурси у навчання персоналу, що ще

більше ускладнює процес впровадження технологій. Крім того, недостатня підготовка працівників часто призводить до неправильного використання інноваційних рішень, що негативно позначається на ефективності їх застосування.

Регуляторна база України також створює чимало бар'єрів для розвитку інновацій у туристичній сфері. Чинне законодавство не завжди відповідає швидкому темпу технологічного прогресу, особливо в питаннях електронної комерції, захисту персональних даних та регулювання онлайн-послуг.

Лише чверть українських туристичних компаній володіють повним розумінням того, як правильно застосовувати електронні платіжні системи та цифрові інструменти для ведення бізнесу в онлайні. Це ускладнюється неоднозначністю правових аспектів, що стосуються впровадження рішень, таких як автоматизація процесів бронювання чи використання штучного інтелекту для обслуговування клієнтів.

Інновації відіграють ключову роль у зміцненні конкурентних позицій туристичних компаній. Згідно з дослідженнями, підприємства, які активно інтегрують сучасні технології у свою діяльність, демонструють на 20-30% вищу прибутковість порівняно з тими, хто не впроваджує інноваційних рішень. Це пояснюється тим, що новітні розробки сприяють оптимізації робочих процесів, зменшенню витрат, підвищенню ефективності управління та покращенню клієнтського сервісу.

Завдяки інноваційним підходам компанії здатні запропонувати більш персоналізовані туристичні продукти, що значно підвищує їхню конкурентоздатність. Наприклад, використання аналітики для створення індивідуальних маршрутів або впровадження мобільних додатків для онлайн-бронювання дозволяє вдосконалити взаємодію з клієнтами і посилити їхню лояльність.

Інновації суттєво трансформують структуру попиту в галузі туризму. Спостерігається значне підвищення інтересу до онлайн-сервісів і цифрових платформ для бронювання, що відкриває нові перспективи для компаній із

розвиненими інноваційними рішеннями. За статистикою, близько 70% туристичних послуг в Україні нині бронюється через інтернет, що свідчить про зростання важливості цифровізації у цьому бізнесі.

Такі зміни вимагають від підприємств швидкої адаптації до нових реалій. Компанії, які не інтегрують сучасні технології у свою діяльність, можуть втратити клієнтів і поступитися ринковими позиціями конкурентам, що йдуть у ногу з часом.

Впровадження інновацій чинить позитивний вплив на якість сервісу та обслуговування клієнтів. Дослідження показують, що компанії, які використовують мобільні додатки та автоматизовані системи для взаємодії з клієнтами, на 15-20% рідше стикаються з негативними відгуками. Це сприяє мінімізації помилок, прискоренню обробки запитів і створенню високого рівня клієнтського задоволення.

Інноваційні технології в туризмі дозволяють запропонувати споживачам більш зручні та оперативні рішення, такі як миттєві підтвердження бронювань або автоматизована підтримка.

Інновації відіграють ключову роль у розвитку будь-якої економічної галузі, зокрема туристичної. В умовах глобалізації, стрімкого розвитку інформаційних технологій і змін на ринку послуг український туристичний сектор потребує постійного оновлення та впровадження інновацій. Це необхідно для збереження конкурентоспроможності на міжнародній арені та задоволення очікувань сучасних споживачів.

1. Технологічні інновації

Одним із провідних напрямків розвитку туристичної галузі в Україні є застосування інноваційних технологій. Зокрема, це охоплює такі аспекти:

- Цифровізація послуг. Розробка та вдосконалення онлайн-платформ для бронювання туристичних послуг, інтеграція із сучасними системами управління готелями, створення мобільних додатків для планування подорожей, доступу до актуальної інформації й здійснення платежів онлайн.

- Віртуальна та доповнена реальність (VR і AR). Ці технології можуть суттєво підсилити розвиток туристичних продуктів в Україні. Наприклад, створення віртуальних екскурсій історичними пам'ятками, музеями або природними заповідниками для залучення нових туристів.

- Інтернет речей (IoT). Використання IoT у готелях і туристичних об'єктах сприяє автоматизації управління ресурсами (енергією, водою), покращенню клієнтського сервісу й забезпеченню комфортних умов для відвідувачів.

2. Інновації в екологічному туризмі

З ростом екологічної свідомості у світі популярність екотуризму стрімко зростає. Україна має значний потенціал у цій галузі завдяки багатству природних ресурсів, національним паркам і заповідникам. Інноваційний підхід у цьому напрямку передбачає:

- Агротуризм і сільський зелений туризм. Україна може розвивати цей перспективний напрямок, поєднуючи відпочинок із знайомством зі сільськими традиціями, ремеслами та гастрономією. Запровадження онлайн-платформ для агротуризму дозволить туристам напряму взаємодіяти з місцевими виробниками.

- Екологічні ініціативи та сталий туризм. Серед перспектив – впровадження екологічного транспорту (електробуси, гібридні авто), застосування енергоощадних технологій у готелях та інших туристичних об'єктах, що сприятиме сталому розвитку галузі.

Туристична сфера України має всі шанси суттєво посилити свої позиції завдяки активному впровадженню інновацій як у технологічній, так і в екологічній площині (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Прогноз розвитку інноваційних технологій у туризмі на найближчі
5-10 років

Інноваційна технологія	Очікувані зміни в наступні 5-10 років	Ключові тенденції	Очікуваний вплив на туристичну галузь
------------------------	---------------------------------------	-------------------	---------------------------------------

Цифровізація послуг (онлайн-бронювання)	Збільшення використання мобільних додатків для планування та бронювання подорожей	Розвиток мобільних платформ, інтеграція з цифровими асистентами	Підвищення доступності та зручності для туристів, зростання онлайн-бронювань
Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR)	Масове використання VR/AR для віртуальних турів і подорожей	Зростання інтерактивних віртуальних платформ, інтеграція в маркетинг	Поліпшення залучення туристів через віртуальні досвіди, маркетингова ефективність
Інтернет речей (IoT)	Розширене використання для автоматизації управління ресурсами в готелях та турбазах	Вдосконалення автоматизації, розумні системи енергозбереження	Підвищення ефективності управління, зниження витрат та покращення досвіду клієнтів
Штучний інтелект (AI) та чат-боти	Широке впровадження AI для автоматизації обслуговування клієнтів та персоналізації послуг	Персоналізація послуг, AI-консультанти та чат-боти	Підвищення якості обслуговування, індивідуальний підхід до кожного клієнта
Блокчейн	Впровадження для забезпечення безпеки онлайн-транзакцій і полегшення системи бронювання	Блокчейн для забезпечення прозорості, зниження ризиків шахрайства	Підвищення довіри до системи бронювання та обробки платежів
Екологічні технології та сталий туризм	Зростання впровадження сталих технологій, зокрема в транспорті та готельному бізнесі	Використання електричних та гібридних транспортних засобів, енергозберігаючі рішення	Зниження вуглецевого сліду, привабливість для екологічно свідомих туристів
Розумні готелі та інтелектуальні системи	Розвиток готельних комплексів з використанням технологій розпізнавання облич, голосових помічників	Застосування біометрії, автоматизація обслуговування	Покращення комфортності, зручності, зниження операційних витрат
Мобільні платформи для керування подорожами	Створення інтегрованих платформ, що об'єднують всі етапи подорожі (від планування до зворотного зв'язку)	Розширене використання мобільних додатків для організації подорожей	Уніфікація процесу організації туризму, зручність для користувачів

Інтерактивні музеї та тури	Впровадження інтерактивних екскурсій з використанням мобільних додатків та датчиків	Зростання популярності інноваційних музеїв, інтелектуальні екскурсії	Привернення туристів через новаторські методи показу історичних та культурних об'єктів
Генерація даних для прогнозування попиту	Впровадження великих даних (big data) для прогнозування тенденцій у туристичному секторі	Використання машинного навчання для аналізу великих обсягів даних	Оперативне реагування на зміни попиту, ефективні стратегії маркетингу

Джерело: створено автором самостійно

3. Інновації в екологічному туризмі

Інновації в екологічному туризмі відіграють ключову роль у збереженні природних ресурсів і сприянні сталому розвитку туристичної галузі України. Використання сучасних технологій, таких як екологічно чистий транспорт, енергозберігаючі рішення для готелів та курортів, дозволяє мінімізувати негативний вплив туризму на довкілля. Очікується, що впровадження таких рішень у найближчі роки не лише сприятиме збереженню довкілля, а й зробить Україну більш привабливою для екологічно орієнтованих туристів.

Перспективним напрямком є розвиток агротуризму та сільського зеленого туризму, що охоплює створення онлайн-платформ для взаємодії туристів із місцевими виробниками та організаторами. Такі цифрові рішення створюють можливості для більш персоналізованого та автентичного відпочинку, що відповідає сучасним стандартам сталого туризму.

4. Маркетингові інновації

Серед ключових інструментів маркетингових інновацій особливе місце займає цифровий маркетинг, що включає використання соціальних мереж, блогерів, інфлюенсерів та відео-платформ. Ці технології гарантують широке охоплення міжнародної аудиторії та популяризацію українських туристичних продуктів на світовому ринку. Завдяки цифровим каналам можливо більш ефективно таргетувати аудиторії, просуваючи конкретні види туризму, такі як екологічний або агротуризм.

Не менш значущим є тренд на персоналізацію туристичних послуг. Використання великих обсягів даних дозволяє компаніям пропонувати індивідуальні послуги відповідно до уподобань клієнтів. Це дає змогу створювати унікальні пропозиції, які задовольняють специфічні потреби туристів, покращуючи їхній досвід і формуючи довгострокову лояльність.

5. Інноваційні стратегії розвитку інфраструктури

Розвиток інфраструктури є базою для успішного впровадження інновацій у сфері туризму. Модернізація транспорту, зокрема запровадження високошвидкісних поїздів, електробусів і удосконалення логістичних маршрутів для відвідувачів, значно підвищує комфорт подорожей. Особливо важливим є створення інфраструктури для активного відпочинку: велосипедних маршрутів, піших стежок, зон для водних видів спорту. Це стане вагомим аргументом для залучення туристів, зацікавлених у здорових та екологічних формах відпочинку.

Додатково, інвестиції в інноваційні будівельні технології дозволять значно зменшити енергетичні витрати і підвищити екологічність об'єктів туристичної інфраструктури. Впровадження енергозберігаючих рішень і використання відновлюваних джерел енергії стане невід'ємною складовою сталого розвитку туристичного сектору в Україні.

2.2. Тенденції використання інноваційних технологій у туристичній сфері

Інноваційні технології нині становлять ключовий елемент розвитку сучасної туристичної індустрії. В умовах глобалізації, активізації конкурентної боротьби та трансформації споживчих уподобань, впровадження технологічних інновацій є невід'ємною складовою забезпечення конкурентоспроможності й підвищення ефективності діяльності підприємств сфери туризму. Інтеграція сучасних технологій не лише сприяє

покращенню якості наданих послуг, але й відкриває нові шляхи для залучення туристів та оптимізації внутрішніх бізнес-процесів.

У цьому розділі досліджуються ключові тенденції, пов'язані з використанням інновацій у туристичній галузі, зокрема в аспектах цифровізації послуг, застосуванні технологій віртуальної та доповненої реальності, а також у впровадженні рішень, орієнтованих на поліпшення екологічної стійкості туризму. Особлива увага приділяється й адаптації маркетингових стратегій на основі новітніх технологічних підходів, таких як аналіз великих масивів даних і персоналізація послуг для споживачів. Усвідомлення цих напрямів розвитку сприятиме підвищенню адаптивності українських туристичних підприємств до сучасних викликів та сприятиме ефективному використанню інноваційного потенціалу для забезпечення сталого зростання галузі.

Цифровізація послуг у туристичній сфері стала одним із ключових етапів модернізації індустрії. У сучасній реальності, де технології розвиваються стрімкими темпами, а вимоги клієнтів постійно зростають, впровадження цифрових інструментів є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності компаній. Завдяки використанню цих технологій бізнес стає більш ефективним, процеси оптимізуються, а клієнт отримує зручність і ширший доступ до послуг.

Онлайн-бронювання вже стало невід'ємною частиною туризму, забезпечуючи зручність для клієнтів та сприяючи економії ресурсів для постачальників послуг. Платформи на кшталт Booking.com, Airbnb та Skyscanner докорінно змінили традиційний підхід до бронювання, мінімізуючи потребу в безпосередньому контакті між користувачем і постачальником. Ці системи автоматизують важливі процеси - від вибору дати й способу оплати до підтвердження замовлення - що значно покращує загальне враження клієнта. Крім зручності, платформи активно використовують дані для аналітики та прогнозування, допомагаючи оптимізувати ціноутворення і керувати ресурсами більш ефективно.

Сучасні мобільні додатки для подорожей виконують усе більше функцій, змінюючи звички туристів на глобальному рівні. Окрім звичних можливостей, як-от планування маршруту чи пошук житла, вони пропонують інноваційні рішення:

- Мобільні гаманці, що спрощують оплату і виключають необхідність фізичних карток чи готівки.
- Інтеграція з онлайн-мапами та навігацією, яка надає точні маршрути з урахуванням реального часу.
- Платформи, як TripAdvisor чи Google Trips, використовують алгоритми штучного інтелекту для персоналізації рекомендацій відповідно до вподобань користувачів, що робить процес планування ще зручнішим.

Впровадження цифрових рішень у менеджмент дозволяє компаніям ефективніше організувати роботу своїх сервісів. Наприклад, системи на зразок Property Management Systems (PMS) полегшують автоматизацію бронювання, облік ресурсів і фінансові операції. Крім того, завдяки інтеграції з CRM-системами бізнес отримує можливість створювати персоналізовані маркетингові стратегії на основі аналізу даних клієнтів. Це робить сервіс точнішим та орієнтованим на індивідуальні потреби клієнтури.

Віртуальна і доповнена реальність відчиняють двері до революційних можливостей у сфері туризму, пропонуючи глибший рівень занурення та інтерактивності. Такі технології не лише покращують користувацький досвід, а й оптимізують способи презентації культурних і історичних цінностей.

Технології віртуальної реальності розширюють горизонти для мандрівників, надаючи їм шанс відвідати місця, які можуть бути складними для доступу через географічні або фінансові перепони. Віртуальні тури стають ефективним інструментом залучення туристів, дозволяючи оглядати пам'ятки або природні об'єкти, залишаючись удома. Такі рішення сприяють розробці інноваційних підходів до реклами туристичних напрямків, роблячи їх більш привабливими для потенційних клієнтів. Окрім цього, віртуальні прогулянки можуть слугувати платформою для вивчення історії та культури, де

користувачі переживають події минулих епох або досліджують шедеври архітектури.

Доповнена реальність відкриває можливість значного розширення інформації для туристів без потреби у великих витратах на інфраструктуру. Наприклад, під час огляду історичних пам'яток відвідувачі можуть використовувати AR-додатки, щоб прямо на своїх мобільних пристроях отримати детальну інформацію про об'єкти. Це не тільки підвищує рівень навчання та обізнаності, але й стимулює увагу до маловідомих або нових туристичних місць, додаючи інноваційний вимір у взаємодію. AR-технології також можуть легко інтегруватися у екскурсії, забезпечуючи додаткові візуальні елементи й захопливий інтерактивний досвід, що значно підсилює емоційне та інтелектуальне сприйняття відвідуваних локацій. Такий підхід підвищує рівень задоволення туристів і робить поїздки більш яскравими та пізнавальними.

Інтернет речей (IoT) відкриває нові можливості для модернізації туристичних послуг, створюючи ефективніше, зручніше та більш персоналізоване обслуговування для клієнтів. Завдяки інтеграції фізичних об'єктів з інтернетом, IoT дає змогу збирати, аналізувати й застосовувати дані задля підвищення якості туристичних послуг та оптимізації витрат. Використання цих технологій має значний потенціал у сферах управління ресурсами, покращення обслуговування клієнтів і впровадження принципів сталого розвитку.

Одним із найпомітніших прикладів використання IoT є смарт-готелі, де технології дозволяють автоматизувати процедури та налаштовувати послуги під індивідуальні потреби гостей. Основні інновації включають:

- Автоматизація освітлення та регулювання температури. Завдяки IoT-системам готелі можуть динамічно налаштовувати освітлення й температуру у номерах залежно від побажань клієнта або умов довкілля (наприклад, часу доби чи погоди). Це з одного боку забезпечує комфорт, а з іншого — дозволяє

скоротити енергоспоживання, адже пристрої активуються або деактивуються тільки за необхідності.

- Мобільний доступ до номерів. Частиною IoT-рішень є інтеграція мобільних додатків, що дозволяють гостям відкривати свої номери за допомогою смартфонів. Це позбавляє потреби у традиційних пластикових картках, знижує витрати на їх виробництво та посилює безпеку системи доступу.

- Розумні системи обслуговування. Готелі можуть облаштовувати номери голосовими помічниками чи іншими інтелектуальними рішеннями, здатними швидко реагувати на запити клієнтів. Завдяки цьому гості можуть попросити про певну послугу, змінити умови перебування або отримати інформацію, використовуючи голосові команди. Цей підхід не лише спрощує взаємодію з сервісом, а й акцентує на інноваційності об'єкта, що особливо приваблює сучасних мандрівників.

Технології IoT активно сприяють впровадженню сталих практик у туризмі через моніторинг і контроль використання ресурсів:

- Відстеження енергоспоживання та водопостачання. Розумні сенсори забезпечують безперервний контроль над використанням електроенергії, води й інших ресурсів на території туристичних об'єктів. Наприклад, у готелях вони фіксують надмірне споживання або витoki, швидко реагуючи на можливі проблеми. Це допомагає мінімізувати витрати і водночас сприяє екологічному балансу.

- Автоматичне вимкнення непотрібних систем. У періоди пікових навантажень системи IoT можуть відключати освітлення чи кондиціонери в порожніх кімнатах і спільних зонах. Такий підхід значно зменшує зайві витрати енергії.

Застосування таких рішень дозволяє не тільки заощаджувати ресурси та кошти, але й формує позитивний імідж екологічно відповідального туристичного бізнесу. Це особливо важливо для залучення клієнтів, які цінують сталий розвиток і піклуються про навколишнє середовище.

Сфера транспорту є однією з найважливіших у туристичній індустрії, адже саме вона забезпечує мобільність туристів, з'єднуючи різні місця і надаючи доступ до культурних, природних та історичних об'єктів. Однак з огляду на сучасні виклики, такі як екологічна сталість, зменшення викидів вуглекислого газу і потреба в оновлених технологіях, транспортна інфраструктура зазнає значних змін. Впровадження інноваційних, екологічно чистих транспортних рішень не лише знижує екологічний слід туристичного сектору, а й підвищує його ефективність та привабливість.

Одним із головних напрямків розвитку транспортної інфраструктури є перехід на екологічно чисті види транспорту, що відповідають вимогам сталого розвитку та мінімізації впливу на навколишнє середовище. Зокрема, такі інноваційні рішення, як електричні автобуси, велосипеди, високошвидкісні поїзди та гібридні транспортні засоби, активно впроваджуються у туристичній інфраструктурі:

1. Електричні автобуси: У багатьох містах туристичні автобуси, що працюють на електричній енергії, стають популярним вибором для транспортування туристів. Ці транспортні засоби зменшують викиди CO₂, сприяють покращенню якості повітря та зниженню шумового забруднення, що робить подорожі більш комфортними для туристів і мешканців.

2. Велосипедні станції: Велосипеди як засіб пересування стають невід'ємною частиною транспортної інфраструктури в туристичних містах. Завдяки системам прокату велосипедів туристи можуть безпосередньо переміщатися між туристичними об'єктами, а також насолоджуватися природними ландшафтами та міськими пейзажами. Інтеграція велосипедних станцій у міську інфраструктуру не лише підвищує зручність для туристів, а й допомагає знижувати рівень забруднення та затори в містах.

3. Високошвидкісні поїзди: Сучасні високошвидкісні поїзди стають важливим елементом транспортних мереж у багатьох туристичних країнах. Вони дозволяють забезпечити швидке та комфортне сполучення між великими містами та туристичними зонами, скорочуючи час на подорожі та підвищуючи

ефективність перевезень. Це також є важливим кроком до зменшення екологічного впливу порівняно з авіаційними перевезеннями.

Невід'ємною частиною успішної реалізації цих інновацій є великі інвестиції в інфраструктуру. З кожним роком збільшується кількість проектів, що підтримують екологічно чистий транспорт, а також розвивають нові типи інфраструктури для велосипедного та пішохідного туризму (рис. 2.4).

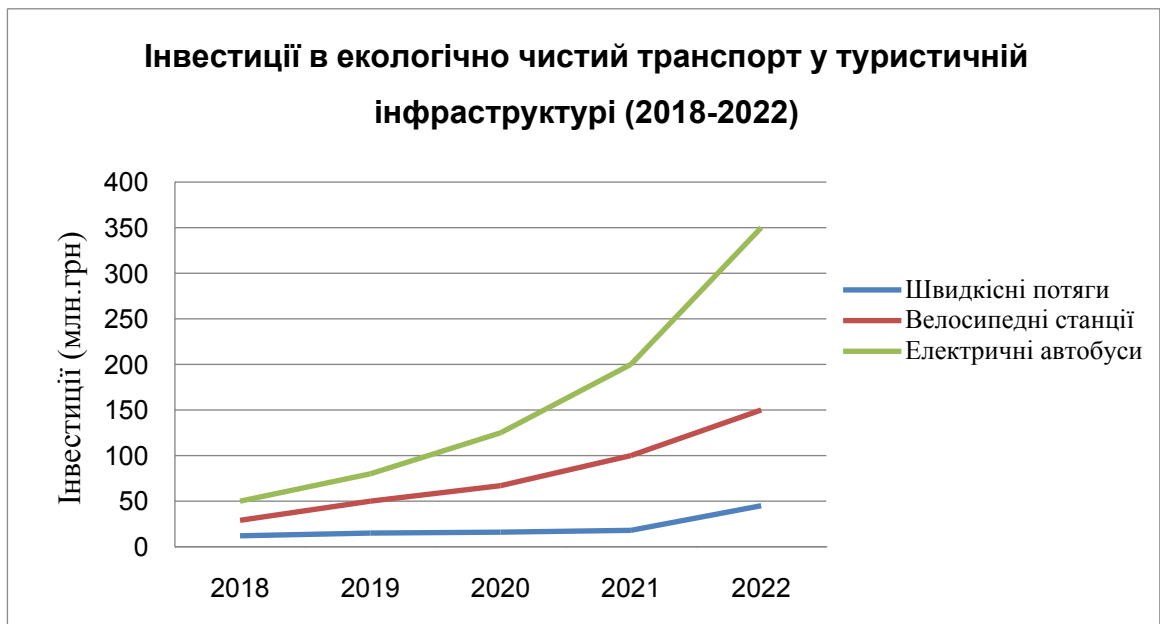


Рисунок 2.4 – Динаміка інвестицій в екологічно чистий транспорт у туристичній інфраструктурі України

Джерело: власний аналіз інвестицій в екологічний транспорт на основі фінансових звітів туристичних компаній України [24]

Розвиток інноваційних транспортних рішень у туристичній інфраструктурі має значні переваги як для туристів, так і для місцевої економіки:

- Покращення досвіду мандрівників: Інноваційні види транспорту забезпечують комфорт і доступність, що підвищує якість досвіду туристів.
- Зниження витрат: Екологічно чисті транспортні рішення дозволяють знизити витрати на енергію та зменшити викиди, що позитивно позначається на місцевих бюджетах.

- Розвиток туристичної інфраструктури: Інвестиції в нові види транспорту стимулюють розвиток нових туристичних маршрутів і підвищують загальну привабливість регіонів для відвідувачів.

У підсумку, інтеграція екологічно чистих видів транспорту в туристичну інфраструктуру сприяє сталому розвитку туристичних напрямків, підвищує конкурентоспроможність регіонів і стимулює зростання кількості туристів, що прагнуть до екологічно чистих і технологічно прогресивних подорожей.

Впровадження інноваційних технологій у сферу туризму набули вирішального значення як чинник, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі, її адаптації до динамічних умов ринкового середовища та вдосконаленню якості обслуговування споживачів. У процесі дослідження було виявлено основні напрямки розвитку, до яких належать цифровізація туристичних послуг, впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності, інтеграція концепцій Інтернету речей (IoT), аналітика великих даних і персоналізація сервісів.

Цифрові інструменти, включаючи платформи для онлайн-бронювання, мобільні додатки та автоматизацію бізнес-процесів, дозволяють оптимізувати операційну діяльність і суттєво покращити клієнтський досвід. Технології віртуальної та доповненої реальності формують нові перспективи для залучення туристів шляхом створення інноваційних і інтерактивних туристичних продуктів.

Інтеграція систем IoT забезпечує автоматизацію управління туристичною інфраструктурою, як-от готельні комплекси чи транспортні системи, що сприяє підвищенню ефективності, сталому розвитку та мінімізації витрат. Використання великих даних надає можливість більш глибокого аналізу уподобань клієнтів і прогнозування тенденцій ринку, що забезпечує створення персоналізованих пропозицій і підвищення рівня лояльності аудиторії.

SWOT-аналіз є класичним методом стратегічного управління, який використовується для оцінки потенціалу інноваційної діяльності. Цей інструмент дозволяє виявити сильні та слабкі сторони організації, а також

визначити можливості й загрози, що виникають при впровадженні нових продуктів або технологій. Завдяки цьому аналізу можна не лише оцінити економічні аспекти нововведень, але й врахувати соціальні, технологічні та стратегічні фактори.

SWOT-аналіз інновацій у розвитку туристичних компанії представимо в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

SWOT-аналіз інновацій у розвитку туристичних компаній

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - використання новітніх технологій (онлайн-бронювання, мобільні додатки, AI, big data); - висока якість сервісу завдяки автоматизації; - гнучкість у впровадженні інновацій; - можливість створення унікальних туристичних продуктів. 	<ul style="list-style-type: none"> - високі витрати на впровадження інновацій; - потреба у кваліфікованих кадрах для роботи з новими технологіями; - опір змінам серед персоналу; - ризики технічних збоїв.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - розвиток цифрового туризму (віртуальні тури, AR/VR); - зростання попиту на персоналізовані туристичні послуги; - збільшення екологічно свідомих туристів (попит на "зелені" тури). 	<ul style="list-style-type: none"> - висока конкуренція на ринку; - швидке старіння технологій; - економічні кризи, що впливають на купівельну спроможність; - кіберзагрози та проблеми з безпекою даних.

Джерело: створено автором самостійно

Даний SWOT-аналіз показав, що інновації відкривають значні можливості для розвитку туристичної компанії, зокрема через використання сучасних технологій, персоналізованих послуг і екологічних ініціатив. Проте впровадження інновацій супроводжується фінансовими витратами, потребою в кваліфікованих кадрах і загрозами кібербезпеки. Для успішного розвитку компанії необхідно максимально використовувати свої сильні сторони та можливості, водночас мінімізуючи ризики та адаптуючись до змін ринку.

Отже, інноваційні технології функціонують не тільки як інструменти вдосконалення операційної діяльності, але й виступають як стратегічний

ресурс для створення конкурентних переваг. Туристичні підприємства, які активно реалізують інноваційні підходи, отримують змогу не лише оперативно реагувати на запити сучасного споживчого середовища, а й активно формувати перспективи розвитку галузі, розширюючи її можливості у довгостроковій перспективі.

2.3. Вплив інновацій на рівень конкурентоспроможності туристичних компаній

У сучасних реаліях конкурентоспроможність туристичних компаній визначається не лише якістю запропонованих послуг, але й здатністю оперативно адаптуватися до динамічних змін у технологічному середовищі. Інновації виступають ключовим чинником, що забезпечує підприємствам можливість виокремлюватися на ринку, підвищувати продуктивність внутрішніх процесів, створювати унікальні клієнтські пропозиції та розширювати географічний масштаб своєї діяльності.

Зважаючи на постійне зростання запитів туристів щодо зручності, персоналізації та екологічності наданих послуг, інноваційні рішення стають основним інструментом, що дозволяє бізнесу не лише успішно функціонувати в умовах глобальної конкуренції, а й досягати прогресивного розвитку.

У рамках даного розділу проаналізовано основні аспекти впливу інновацій на конкурентоспроможність туристичних компаній, зокрема їхню роль у формуванні стратегічних переваг, оптимізації витрат та підвищенні рівня задоволеності клієнтів (рис. 2.5).

Інновації відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності туристичних компаній, сприяючи покращенню сервісу, оптимізації витрат та залученню нових клієнтів. Технологічні, маркетингові та організаційні нововведення дозволяють компаніям адаптуватися до сучасних вимог ринку, розширювати аудиторію та підвищувати рівень прибутковості.

Таким чином, використання інновацій є важливим чинником успіху в туристичній сфері, що дозволяє компаніям не лише виживати в умовах жорсткої конкуренції, а й зміцнювати свої позиції на ринку, підвищуючи якість обслуговування та фінансову стабільність.

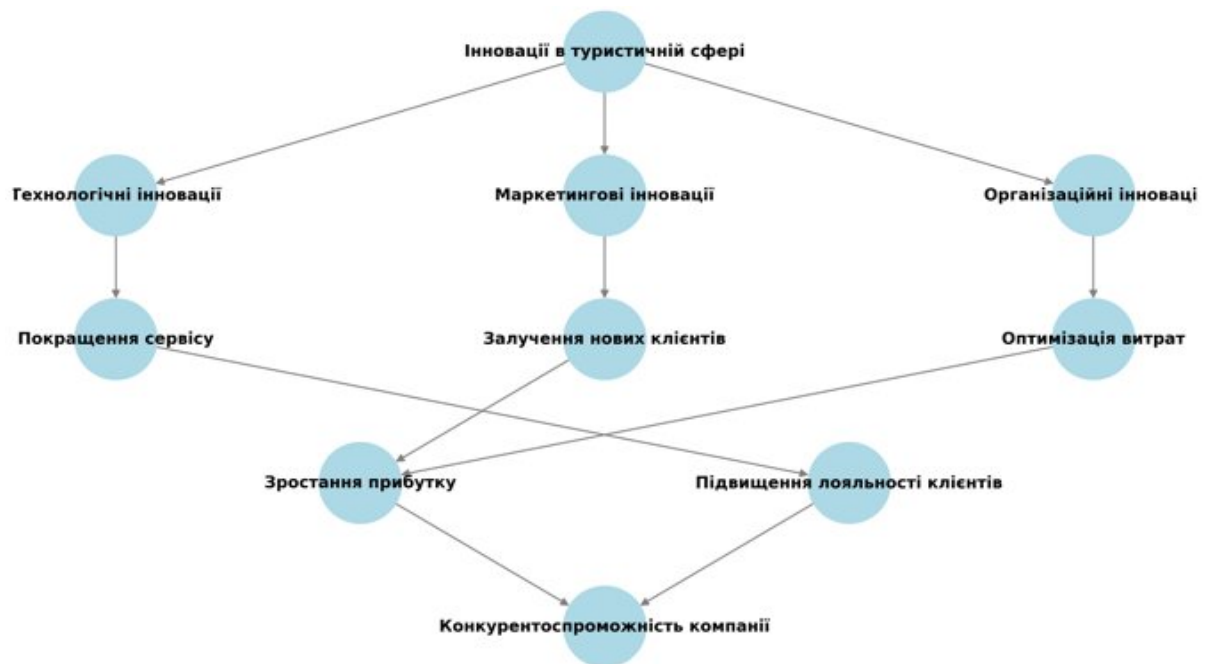


Рисунок 2.5 – Вплив інновацій на конкурентоспроможність туристичних компаній

Джерело: створено на матеріалах [6]

Інноваційні технології сприяють розробці унікальних рішень, які виходять за межі стандартного сервісу. Персоналізовані пропозиції, побудовані на основі аналізу великих даних, дозволяють забезпечити індивідуальний підхід до кожного клієнта. Наприклад, автоматизовані рекомендаційні системи здатні пропонувати мандрівникам найкращі маршрути, знижки чи акційні пропозиції на основі їхніх попередніх уподобань та історії замовлень.

Інтерактивні мобільні додатки стають важливим елементом взаємодії з клієнтами. Вони не лише спрощують процес планування подорожей, а й

забезпечують оперативний доступ до актуальної інформації, зокрема змін у розкладі транспорту чи спеціальних акцій. Окрім того, завдяки віртуальним турам користувачі можуть ознайомитися з туристичними локаціями наперед, що знижує несподіванки та зміцнює довіру до компанії.

Використання Інтернету речей (IoT) та спеціалізованого програмного забезпечення дає змогу значно зменшити операційні витрати. Наприклад, у «розумних» готелях системи автоматично регулюють споживання енергії залежно від присутності гостей у кімнатах, що дозволяє знизити витрати на комунальні послуги.

Такі технології не лише економлять ресурси, а й оптимізують виконання бізнес-процесів. Автоматизовані системи управління бронюваннями та ресурсами скорочують час, необхідний для ручної обробки завдань, даючи співробітникам можливість зосередитися на поліпшенні якості обслуговування клієнтів.

Сучасний маркетинг у сфері туризму неможливий без диджитал-інструментів. Аналітичні платформи на базі Big Data допомагають ретельно досліджувати поведінку клієнтів і сегментувати аудиторію за параметрами, як-от географічне розташування, демографія, особисті інтереси чи стиль подорожей. Це дає змогу створювати високоточні рекламні кампанії, орієнтовані на конкретні групи споживачів.

Програми лояльності адаптуються до індивідуальних потреб клієнтів завдяки передбачувальним алгоритмам, які допомагають визначити найкращі періоди для просування послуг, враховуючи сезонні особливості або локальні події.

Технології доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR) відкривають нові можливості у взаємодії з клієнтами та формуванні унікального споживчого досвіду. За допомогою VR туристи можуть «подорожувати» готелями або відвідувати історичні об'єкти, не залишаючи власного дому. AR-додатки забезпечують інноваційний підхід під час самої подорожі - користувач може легко отримати додаткову інформацію про

об'єкти в реальному часі або візуалізувати історичні моменти. Такі рішення посилюють емоційний зв'язок із брендом і демонструють компанію як сучасну та клієнтоорієнтовану.

Інновації набули статусу ключового елемента конкурентної стратегії туристичних компаній, що дає змогу не лише задовольняти сучасні потреби клієнтів, але й активно сприяти формуванню нових стандартів якості обслуговування. Їхнє застосування чинить вплив на всі аспекти діяльності бізнесу: від підвищення ефективності витрат до вдосконалення маркетингових стратегій, забезпечуючи стабільне зростання і тривалі конкурентні переваги.

Високий рівень довіри клієнтів є визначальним чинником успішності туристичних компаній у сучасних умовах конкурентного середовища. Інноваційні рішення відкривають нові можливості для забезпечення прозорих та зручних взаємодій між замовником та компанією, укріплюючи відчуття надійності й безпеки у клієнтів.

Використання цифрових технологій, таких як системи онлайн-бронювання, електронні платежі та інтегровані платформи управління послугами, створює передумови для зручного і безпечного доступу до туристичних послуг. Наприклад, користувачі можуть оперативно отримати підтвердження своїх бронювань або здійснити захищені фінансові операції з упевненістю у конфіденційності власних даних. Крім того, запровадження блокчейн-технологій у системи бронювання забезпечує прозорість транзакцій і знижує ризики шахрайських дій. Такі інновації сприяють формуванню позитивного уявлення про компанію у клієнтів, тим самим підвищуючи їхню довіру.

У цифрову епоху формування репутації туристичних компаній значною мірою залежить від регулярного моніторингу відгуків користувачів і своєчасного реагування на їхні запити. Використання спеціалізованих платформ, таких як Trustpilot, TripAdvisor або внутрішніх CRM-систем, спрощує процес збору інформації про задоволеність клієнтів і дозволяє аналізувати ключові тренди.

Швидка реакція на коментарі чи скарги через канали соціальних мереж або спеціалізовані додатки сприяє зміцненню довіри та підвищенню лояльності користувачів. Наприклад, оперативне розв'язання питання клієнта у відкритих комунікаційних каналах демонструє іншим споживачам прозорість і клієнтоорієнтованість бізнесу.

Інноваційні розробки відкривають перспективи для туристичних компаній щодо виходу за межі локальних ринків, сприяючи розширенню їхньої діяльності та залученню клієнтів з різних куточків світу.

Сучасні цифрові платформи, такі як Airbnb, Booking.com чи Skyscanner, дозволяють туроператорам догоджати потребам клієнтів на глобальному рівні, не потребуючи значних фінансових інвестицій у фізичні офіси. Використання інтерактивних каналів продажу, багатомовних інтерфейсів і автоматизованих сервісів створює основу для ефективного охоплення нових ринків.

Зокрема, локалізація платформ, інтеграція з популярними соціальними мережами конкретного регіону та адаптація під мобільні пристрої забезпечують швидке пристосування до культурних та мовних особливостей окремих країн.

Одним із визначальних чинників успіху компаній на міжнародному рівні стає орієнтація на принципи сталого розвитку. Застосування екологічно безпечних видів транспорту, таких як електромобілі чи велосипеди, допомагає скоротити вуглецевий слід. Технологічні інновації на основі IoT дозволяють ефективніше контролювати споживання ресурсів, зокрема води й енергії, у сфері готельного бізнесу та транспортної інфраструктури.

Клієнти все частіше обирають компанії, які активно проявляють соціальну й екологічну відповідальність. Це не лише забезпечує компаніям конкурентну перевагу, а й посилює їх репутацію як інноваційних і відповідальних учасників ринку.

Впровадження інноваційних підходів для зміцнення довіри клієнтів і розширення ринків є важливим стратегічним кроком для сучасних туристичних компаній. Такий підхід сприяє формуванню сталих

конкурентних переваг, допомагаючи бізнесу залишатися гнучким і готовим до адаптації в умовах глобальних викликів і змін споживчих потреб.

Інновації в туристичній галузі вже неодноразово підтвердили свою ефективність, демонструючи значний вплив на прибутковість компаній, розширення клієнтської бази та вихід на нові ринки.

1. Airbnb

- Інновація: Розробка цифрової платформи, яка об'єднує орендодавців із мандрівниками, що шукають житло.

- Результати: Завдяки новаторському підходу Airbnb не лише переформатувала ринок короткострокової оренди, а й створила цілком новий сегмент. У 2022 році їхній дохід перевищив \$8,4 млрд, що супроводжувалося значним зростанням користувацької бази.

- Вплив на ринок: Система рейтингів і відгуків підвищила рівень довіри клієнтів, що дозволило компанії успішно конкурувати навіть із великими готельними мережами.

2. Booking.com

- Інновація: Впровадження алгоритмів штучного інтелекту для персоналізованих рекомендацій.

- Результати: Оптимізовані пропозиції сприяли зростанню кількості клієнтів на 20% протягом трьох років.

- Конкурентна перевага: Аналітика великих даних дозволила компанії точніше передбачати потреби користувачів, тим самим забезпечуючи провідну позицію на ринку онлайн-бронювання.

3. Singapore Airlines

- Інновація: Використання "розумних літаків", оснащених технологіями IoT для покращення комфорту пасажирів (регулювання температури, освітлення, доступ до Wi-Fi).

- Результати: Нагороди за сервіс допомогли компанії залучити більше міжнародних клієнтів і стати еталоном якості у своїй галузі.

- Дані ринку свідчать про суттєві переваги компаній, які активно вкладають кошти у новітні рішення:

- Компанії-лідери інновацій: Досягають річного зростання доходів на 15-20% завдяки залученню нових клієнтів і підвищенню ефективності внутрішніх процесів.

- Консервативні гравці ринку: Втрачають конкурентоспроможність через недостатню адаптацію до змін і зниження рівня лояльності споживачів.

Перспективи інновацій у туристичній галузі:

1. Штучний інтелект (AI)

- Вплив: AI докорінно змінить взаємодію з клієнтами через автоматизовану підтримку, віртуальних асистентів і прогностичні алгоритми, що зроблять послуги швидшими та зручнішими.

- Приклад: Аналіз туристичних потоків із використанням AI дозволить оптимізувати розподіл ресурсів і формування пропозицій.

2. Блокчейн

- Вплив: Підвищення безпеки й прозорості фінансових операцій у туризмі. Це може бути застосовано для автоматизації страхових виплат чи управління правами на власність.

- Приклад: Створення децентралізованих платформ бронювання із застосуванням блокчейну поступово набирає популярність у глобальному масштабі.

3. Розвиток сталого туризму

- Вплив: Використання інноваційних транспортних рішень, екологічних готелів і систем моніторингу ресурсів сприятиме зниженню негативного впливу туризму на навколишнє середовище.

Інновації не лише допомагають реагувати на актуальні виклики, а й закладають основу для сталого зростання туристичних компаній у довгостроковій перспективі. Вони сприяють підвищенню рівня задоволеності клієнтів, вдосконаленню управління витратами та освоєнню нових ринків.

Ті компанії, які активно інтегрують інноваційні підходи, залишаються конкурентоспроможними і швидше адаптуються до технологічних змін та нових тенденцій у поведінці клієнтів. Це створює передумови для сталого розвитку та успіху в майбутньому.

Інновації відіграють ключову роль у зміцненні конкурентоспроможності туристичних компаній, відкриваючи нові перспективи для розвитку та адаптації до вимог сучасного ринку. Завдяки впровадженню цифрових технологій, персоналізації послуг на основі аналізу даних та підвищенню ефективності операцій, компанії можуть значно покращити клієнтський досвід, зменшити витрати та укріпити свої позиції на ринку.

Отже, розвиток інновацій дозволяє бізнесу не лише збільшувати свою присутність на глобальній арені, але й забезпечувати прозорість процесів та підвищувати рівень довіри споживачів. Практика показує, що компанії, які активно інвестують у новітні технології та адаптують свої бізнес-моделі, випереджають конкурентів за такими важливими показниками, як дохід, розширення клієнтської бази та освоєння нових ринків.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНІ ШЛЯХИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

3.1. Основні напрями удосконалення діяльності туристичних компаній через інноваційні рішення

Туристична галузь функціонує в умовах динамічного середовища, де інновації відіграють ключову роль як в адаптації до змін, так у формуванні довгострокових конкурентних переваг. У сучасних реаліях цифровізації, глобалізації та зростання попиту на сталий розвиток туристичні компанії змушені переосмислювати свої бізнес-моделі, інтегруючи передові технології та новаторські підходи.

Розділ 3 спрямований на визначення проектно-рекомендаційних підходів для ефективного впровадження інновацій у діяльність туристичних компаній. Особлива увага приділена стратегічним напрямам, що сприяють оптимізації бізнес-процесів, покращенню взаємодії з клієнтами та впровадженню сталих підходів до управління ресурсами.

Підрозділ 3.1 акцентує увагу на основних аспектах підвищення ефективності діяльності туристичних компаній завдяки інноваційним рішенням. Тут розглянуто не лише концептуальні методи модернізації, а й практичні рекомендації, розроблені на основі провідних міжнародних практик та актуальних трендів. Ці рекомендації слугують підґрунтям для створення довгострокових стратегій, здатних забезпечити гнучкість, результативність і стійкий розвиток у конкурентному середовищі.

Сучасний туристичний сектор характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлює актуальність діджиталізації бізнес-процесів як одного з ключових чинників підвищення конкурентоспроможності, оптимізації операційної діяльності та посилення клієнтоорієнтованості (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Розподіл інновацій за напрямками впровадження, %

Джерело: створено за матеріалами [28]

Сталий розвиток поступово стає ключовим елементом бізнес-стратегій туристичних компаній. Він сприяє не лише екологічній відповідальності, а й зміцненню конкурентних позицій брендів, які запроваджують такі ініціативи.

Сучасні компанії активно використовують зелені технології, серед яких:

- Туристичний електротранспорт: Використання електромобілів, автобусів чи скутерів значно знижує викиди вуглекислого газу в атмосферу.
- Цифровізація процесів: Відмова від паперових документів на користь електронних платформ допомагає зменшити навантаження на довкілля. Наприклад, цифрові квитки скорочують витрати ресурсу паперу.
- Екотуризм: Розробка маршрутів із мінімальним впливом на природу дозволяє зберегти екосистеми та сприяє їхньому відновленню.

Сталий розвиток охоплює також важливі соціальні ініціативи:

- Взаємодія з місцевими громадами: Туристичні компанії працюють спільно з місцевими жителями, створюючи умови для їхньої участі в туристичних програмах, що сприяє економічному підйому регіонів.
- Захист культурної спадщини: Фінансування заходів зі збереження історичних і культурних об'єктів дозволяє зберегти їхню цінність для майбутніх поколінь.

- Розвиток інклюзивного туризму: Забезпечення доступних умов для подорожей людей із обмеженими можливостями не лише відкриває нові ринки, але й підвищує соціальну відповідальність і репутацію компаній.

Інноваційні підходи, орієнтовані на персоналізацію послуг та принципи сталого розвитку, перетворюють туристичний сектор. Компанії, які впроваджують ці зміни, не лише відповідають сучасним викликам, але й відкривають нові перспективи для розвитку, зміцнюють свої позиції на ринку та забезпечують стабільність у довгостроковій перспективі.

Інноваційні цифрові технології відкривають нові можливості для оперативного реагування на трансформації ринку, адаптації до змінних потреб споживачів та розширення спектра бізнес-ініціатив. Основні напрямки діджиталізації включають:

Впровадження інноваційних систем управління, зокрема CRM-платформ, докорінно змінює механізми взаємодії туристичних компаній із клієнтами. Застосування CRM-систем дозволяє:

- забезпечувати ефективне управління всіма етапами взаємовідносин із клієнтом - від перших контактів до післяпродажної підтримки;

- автоматизувати ключові процеси, такі як бронювання, обробка фінансових платежів та управління логістичними аспектами;

- створювати персоналізовані пропозиції, спрямовані на підвищення задоволеності споживачів.

Як бачимо, графік демонструє стабільне зростання рівня впровадження CRM-систем у туристичних компаніях протягом 2020–2024 років. Така динаміка свідчить про активну цифрову трансформацію галузі та зростаючу важливість автоматизації управління клієнтськими відносинами. Високий рівень впровадження CRM-систем у 2024 році вказує на ефективність їх використання для підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній.

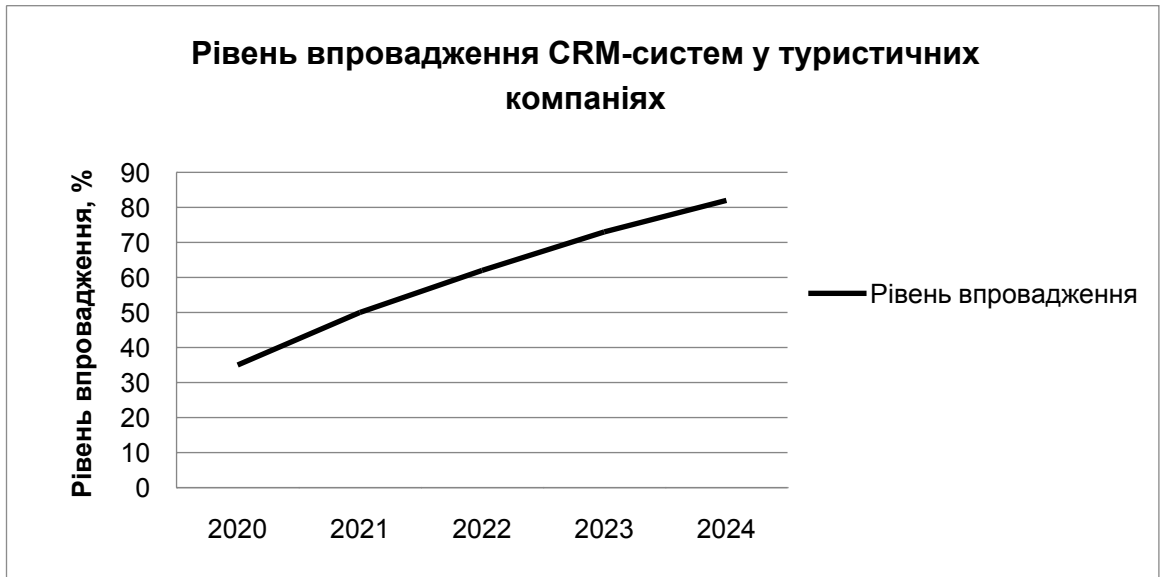


Рисунок 3.2 – Динаміка впровадження CRM-систем у туристичних компаніях (2020-2024 рр.)

Джерело: створено за матеріалами [21]

Проведемо аналіз рівня впровадження CRM-систем у туристичних компаніях у 2020-2027 рр. за методом «Лист прогнозу» на рис. 3.3.

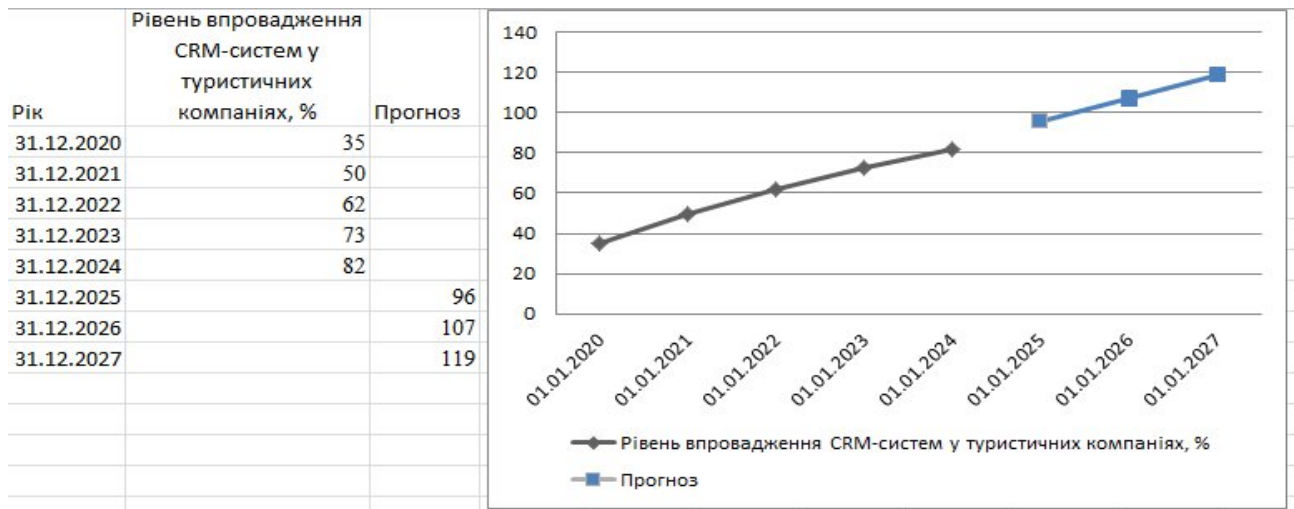


Рисунок 3.3 – Прогноз динаміки впровадження CRM-систем у туристичних компаніях (2020-2027 рр.)

Джерело: створено автором самостійно

Рис. 3.3 відображає стійке зростання рівня впровадження CRM-систем у туристичному бізнесі, що свідчить про активну цифрову трансформацію галузі. Очікується, що у 2027 році рівень впровадження CRM-систем перевищить 100%, що може вказувати на розширення функціоналу CRM або інтеграцію з іншими бізнес-процесами. Це свідчить про високий попит на автоматизацію управління клієнтами та оптимізацію внутрішніх процесів, що сприятиме підвищенню ефективності роботи туристичних компаній.

Елементи реалізації системи CRM для формування позитивного іміджу туристичної фірми включають наступні компоненти:

1. CRM-бачення визначає пропозицію цінності клієнта і цінність корпоративного іміджу туристичної фірми. Успішне CRM - бачення є основою мотивації персоналу, формування лояльності клієнтів і зміцнення фірмою позицій на ринку.

2. Стратегія CRM туристичної фірми визначає напрями розвитку і фінансові цілі бізнес-стратегії і формує методи підвищення лояльності клієнтів за рахунок їх сегментування та стратегічної взаємодії.

3. Цінний досвід клієнта (розуміння вимог, відстеження очікувань, задоволення, конкуренція, співробітництво і зворотний зв'язок, комунікації з клієнтами) в процесі взаємодії з туристичною фірмою, відіграє ключову роль у формуванні сприйняття цінностей, вироблених фірмою, і значення організації взаємовідносин з клієнтами.

4. Організаційна співпраця визначає багатоплановість внутрішніх перетворень в клієнт-орієнтованій стратегії. Ці перетворення є ключовою частиною CRM-програм, вони необхідні для створення необхідного і бажаного клієнтського досвіду. Перетворення включають в себе реорганізацію структури туристичної фірми, систем мотивації та компенсацій, управління навчанням персоналу (навичками). Найважливіше значення має безперервність процесу перетворень.

5. CRM-процеси визначають інтереси і цінності клієнтів туристичної фірми. Успішна реорганізація відносин з клієнтами сприяє створенню таких процесів, які не тільки відповідають потребам клієнтів, але і підтримують їх подальші очікування щодо створюваної фірмою цінності, забезпечуючи конкурентоспроможну диференціацію на ринку і придбання клієнтами позитивного досвіду.

6. CRM-інформація потребує забезпечення динаміки інформації про клієнтів усередині фірми і тісної інтеграції між операційною і аналітичною системи. Основною умовою успішної реалізації стратегії CRM є можливість отримувати необхідну інформацію про клієнта в потрібний момент часу.

7. CRM-технології (комп'ютерні програми, CRM - програми) вимагає інтегрованого підходу, який охоплює всю туристичну фірму і її мережа постачання.

8. CRM-показники (цінність, утримання клієнтів, задоволеність, лояльність, витрати на обслуговування) відображають внутрішні і зовнішні аспекти діяльності туристичної фірми і пов'язують між собою бізнес-процеси,

стратегію і корпоративні фінансові прибутку. Для кожної організації підходить індивідуальний набір показників, що застосовуються конкретно до її умов [26, с.100].

9. Отже, інтеграція інноваційних технологій у діяльність туристичних компаній є ключовим фактором для підвищення їхньої ефективності. Водночас це важливий стратегічний крок, що дозволяє створювати довгострокові конкурентні переваги, підтримувати стабільний розвиток і забезпечувати стійкість у складних ринкових умовах. Впровадження таких рішень відкриває нові перспективи для бізнесу, додаючи йому адаптивності та готовності відповідати на зміну ринкових запитів і потреб клієнтів.

3.2. Покращення процесів впровадження сучасних технологій у сферу туризму

Туристична сфера зазнає значного впливу інноваційних рішень, які докорінно трансформують підходи до управління бізнесом, операційної діяльності та взаємодії з клієнтами. Впровадження таких технологій, як автоматизація, штучний інтелект, хмарні обчислення та аналітика великих даних, стає визначальним фактором забезпечення конкурентоспроможності на сучасному ринку.

Проте успішна інтеграція технологій виходить за межі суто технічного оновлення. Вона потребує комплексного перегляду існуючих бізнес-моделей, врахування динаміки ринкових змін і узгодження новітніх інструментів із корпоративними стратегіями. Основними викликами, які постають перед туристичними підприємствами, є висока вартість технологічних інновацій, дефіцит кваліфікованого персоналу й необхідність досягнення оптимального співвідношення між інвестиційними витратами та операційною ефективністю.

У межах цього підрозділу розглядаються сучасні методи і підходи до впровадження технологій у туризмі, з акцентом на їхній вплив на оптимізацію бізнес-процесів, покращення якості обслуговування клієнтів, розширення ринкових можливостей та дотримання принципів сталого розвитку. Особливу увагу приділено інноваціям у сфері автоматизації процесів, персоналізації послуг, забезпечення кібербезпеки та інтеграції технологічних рішень у стратегічне управління організацією.

1. Значення сучасних технологій у туризмі

Сучасні технології відіграють ключову роль не лише в оптимізації роботи туристичних компаній, а й у забезпеченні їхнього стратегічного розвитку. Вони напряду впливають на конкурентоспроможність і ефективність, дозволяючи бізнесу скорочувати витрати, удосконалювати якість обслуговування та пропонувати клієнтам інноваційні рішення.

- Роль технологій у підвищенні конкурентоспроможності та ефективності бізнесу

Згідно зі звітом World Travel&Tourism Council (WTTC), запровадження сучасних технологій здатне підвищити ефективність туристичних компаній на 25–30%. Інновації, такі як автоматизація процесів, штучний інтелект і аналіз великих даних, сприяють суттєвому зниженню операційних витрат, пришвидшенню виконання замовлень і адаптації до змін у ринковому середовищі. Це дає змогу швидше обслуговувати клієнтів і мінімізувати ризики помилок. Наприклад, автоматизовані системи управління (CRM) дозволяють персоналізувати обслуговування, що підвищує лояльність клієнтів на 40–50%.

- Вплив технологій на оптимізацію процесів і покращення клієнтоорієнтованості

Використання технологій значно зміцнює клієнтоорієнтованість бізнесу, створюючи умови для пропонування індивідуалізованих продуктів і послуг. Наприклад, автоматичні системи бронювання та цілодобові чат-боти знижують час очікування відповіді, забезпечуючи комфорт для споживачів.

Статистика свідчить, що 80% клієнтів готові доплатити за персоналізований сервіс. Технології не тільки дозволяють швидко реагувати на запити, а й прогнозують майбутні потреби користувачів, підвищуючи ймовірність повторних покупок і формуючи тривалі відносини між компанією та клієнтом.

2. Основні напрямки впровадження технологій

Запровадження інновацій у туристичній галузі відкриває нові перспективи для бізнесу. Воно дозволяє зменшити видатки, покращити якість обслуговування та ефективніше організовувати управлінські процеси.

- Автоматизація бізнес-процесів (CRM-системи, управління бронюваннями, облік ресурсів)

Одним із найважливіших напрямків цифрової трансформації є автоматизація. За даними дослідження McKinsey, компанії, що використовують автоматизовані системи CRM, скорочують час на виконання замовлень на 30–40%, водночас збільшуючи продажі на 20%. Такі рішення зменшують залежність від людського фактора та прискорюють виконання рутинних завдань: обробку бронювань, управління транспортом і контролювання ресурсів. Це дозволяє працівникам сконцентруватися на стратегічних цілях та розробці нових продуктів.

- Використання аналітики великих даних для прогнозування попиту, сегментації клієнтів і оцінки ефективності маркетингових стратегій

Аналітика великих даних стає незамінним інструментом для зростання туристичних компаній. Завдяки глибокому аналізу інформації про звички та вподобання клієнтів можна не лише ефективно передбачати рівень попиту, але й розробляти чітко сегментовані маркетингові підходи. Дослідження Deloitte показують, що бізнеси, які активно інтегрують аналітику великих даних, досягають підвищення ефективності маркетингових кампаній на 25-30%. Завдяки цим технологіям компанії можуть з більшою точністю ідентифікувати свою цільову аудиторію, підвищувати рівень персоналізації послуг і відслідковувати нові ринкові тенденції. Це дозволяє не лише швидко

реагувати на зміни, але й запропонувати клієнтам продукти чи послуги, які максимально відповідають їхнім потребам.

- Інтеграція хмарних платформ для підвищення доступності, гнучкості та оптимізації витрат

Використання хмарних технологій допомагає компаніям забезпечити більшу гнучкість і суттєво знизити витрати на підтримку інфраструктури. За даними Accenture, перехід на хмарні платформи може зменшити витрати на IT-інфраструктуру на 20-30%. Водночас такі технології відкривають доступ до даних із будь-якої точки світу, що особливо важливо для туристичних компаній із глобальним охопленням. Завдяки високоякісним рішенням з обробки та зберігання інформації, які забезпечують надійну безпеку даних, хмарні технології є ідеальним вибором для роботи з клієнтськими базами, організації процесів бронювання та обробки фінансових транзакцій.

Сучасні технології відкривають для туристичних компаній широкі можливості для оптимізації внутрішніх процесів, підвищення рівня обслуговування та зменшення витрат. Їх впровадження дозволяє створювати інноваційні рішення, укріплювати ринкові позиції та сприяти стабільному розвитку в умовах стрімкої глобалізації й діджиталізації.

3. Переваги технологічних рішень у туризмі

- Покращення якості обслуговування і персоналізація послуг

Сучасні технології, такі як системи автоматизації та штучний інтелект, надають можливість значно підвищити рівень обслуговування клієнтів. Завдяки використанню CRM-систем, туристичні компанії можуть розробляти персоналізовані пропозиції, що дозволяє точніше відповідати очікуванням клієнтів. Це не тільки зменшує кількість помилок при бронюванні, але й підвищує рівень задоволеності замовників. Як підтверджують дослідження, персоналізовані рекомендації, створені на основі аналізу вподобань клієнтів, можуть збільшити частоту повторних покупок на 25–30%.

- Оптимізація часу і зниження впливу людського фактора

Завдяки автоматизації рутинних процесів, таких як бронювання та підтвердження замовлень, компанії можуть значно зменшити час, необхідний для виконання щоденних завдань. Це звільняє співробітників для вирішення стратегічних питань та обслуговування складних запитів. Згідно з дослідженнями, автоматизація може скоротити час, витрачений на операційну діяльність, на 40–50%, що сприяє підвищенню продуктивності та економії ресурсів.

- Відкриття нових можливостей для бізнесу

Інновації відкривають нові перспективи розвитку, допомагаючи компаніям масштабувати свою діяльність і виходити на міжнародний ринок. Інструменти онлайн-бронювання дозволяють обслуговувати клієнтів по всьому світу, а інтеграція з хмарними технологіями зменшує потребу в значних фінансових затратах на фізичну інфраструктуру. Дослідження свідчать, що компанії, які впроваджують хмарні рішення, скорочують витрати на IT-інфраструктуру на 30–40%, посилюючи свою конкурентоспроможність у глобальному масштабі.

4. Виклики впровадження технологій у туризмі

- Значні фінансові витрати

Вартість впровадження сучасних технологій може бути суттєвим бар'єром, особливо для малих і середніх підприємств. Наприклад, встановлення CRM-систем або аналітичних платформ часто вимагає інвестицій у десятки тисяч доларів. Додатково враховуючи обслуговування та оновлення систем у подальші роки, витрати можуть зрости на 20–30% протягом перших років після інтеграції.

- Недостатній рівень кваліфікації персоналу та необхідність його навчання

Багато технологій вимагають високої кваліфікації від співробітників, щоб забезпечити їх ефективне використання. Лише близько 40% компаній в Україні мають можливість залучати досвідчених IT-спеціалістів. У такій ситуації туристичні компанії змушені інвестувати у професійне навчання

персоналу або співпрацювати з консультантами, що призводить до додаткових витрат.

- Адаптація бізнес-моделей до нових умов

Запровадження інновацій часто передбачає серйозне оновлення бізнес-моделей. Для підприємств, які раніше працювали без інтеграції технологічних рішень, цей процес може бути тривалим і потребувати значних зусиль. Адаптація включає зміну структури організації, перерозподіл обов'язків та впровадження нових підходів у щоденній роботі. За прогнозами, компанії, які не змогли адаптуватися до технологічних змін, ризикують втратити 20–30% своєї конкурентоспроможності через відставання від інших гравців ринку.

5. Приклади успішного впровадження технологій у туризмі

- Автоматизовані системи бронювання

Сучасні технології суттєво змінили підхід до бронювання в туристичному секторі. Автоматизовані системи, такі як глобальна платформа Amadeus, дозволяють компаніям оптимізувати цей процес, мінімізувавши помилки та прискоривши обслуговування. Всі етапи, від реєстрації до оформлення квитків і додаткових послуг, автоматизовані, що сприяє підвищенню зручності для клієнтів. Завдяки цьому можна обробляти тисячі замовлень щодня, скорочуючи час їх виконання на 40% та знижуючи рівень помилок на 90% порівняно зі звичайними методами.

- Платформи для персоналізації турів

Сегмент персоналізації послуг у туризмі також активно використовує технологічні інновації. Наприклад, Booking.com застосовує аналіз великих даних і алгоритми машинного навчання для створення персоналізованих пропозицій. Це допомагає користувачам отримувати рекомендації щодо готелів і турів, які відповідають їхнім уподобанням, попереднім запитам та місцезнаходженню. Такий підхід значно підвищує шанси успішного бронювання: дослідження показують, що конверсія для персоналізованих рекомендацій може зростати до 30%, що дає компаніям важливу конкурентну перевагу.

- Інтеграція мобільних додатків

Мобільні додатки стали невід'ємною частиною сучасного туризму. Завдяки таким платформам, як TripAdvisor, туристи мають змогу легко знаходити, бронювати та переглядати відгуки про послуги й об'єкти безпосередньо зі своїх смартфонів. Цей зручний формат дозволяє швидко отримувати необхідну інформацію, створюючи комфортні умови для подорожей та покращуючи загальний досвід користувачів.

- Системи аналітики великих даних

Аналітика великих даних є важливим елементом ефективного управління в туристичній сфері. Наприклад, компанія Expedia Group аналізує великі обсяги інформації для прогнозування тенденцій попиту та формування цільових рекомендацій. Завдяки впровадженню таких інструментів точність передбачення попиту підвищується на 20-30%, що дозволяє скоротити витрати на управління ресурсами та забезпечити більш ефективний розподіл послуг.

6. Рекомендації щодо вдосконалення цифрової трансформації

Формування стратегії цифрової трансформації

Цифрова трансформація є одним з ключових чинників, які забезпечують конкурентоспроможність у туристичному секторі. Стратегія повинна охоплювати оптимізацію різних аспектів діяльності компанії — від взаємодії з клієнтами до внутрішніх процесів. Дослідження McKinsey&Company показують, що організації з чіткою стратегією цифрової трансформації демонструють фінансові результати на 20% кращі, а операційна ефективність у них зростає на 25%, порівняно з тими, які не приділяють належної уваги інноваціям.

Основні етапи створення стратегії:

- Оцінка поточного рівня цифровізації компанії.
- Визначення ключових цілей і пріоритетів (наприклад, автоматизація процесів, покращення взаємодії з клієнтами або вихід на нові ринки).

- Вибір відповідних технологій для досягнення поставлених завдань.

- Розробка ключових показників ефективності (KPI) для моніторингу прогресу.

Інвестування у розвиток компетенцій персоналу

Розвиток навичок працівників є критично важливим елементом успішної цифрової трансформації. Згідно з даними PwC, 70% організацій, які активно вкладають кошти у навчання персоналу, фіксують на 40% вищу продуктивність і на 35% більш задоволених клієнтів. Розширюючи компетенції працівників, компанії отримують можливість не тільки підвищувати ефективність бізнесу, а й покращувати якість послуг — важливий фактор для туристичної сфери з її високою конкуренцією.

Пріоритетні напрями навчання:

- Професійні курси та тренінги щодо сучасних технологій, таких як CRM-системи, робота з аналітичними інструментами та управління великими обсягами даних.

- Програми з розвитку лідерства та навичок управління змінами в умовах цифрових перетворень.

- Навчання цифровій грамотності для підготовки співробітників до ефективного використання нових інструментів.

Плавна інтеграція інновацій із врахуванням запитів ринку й потреб клієнтів

Інноваційні рішення варто впроваджувати поступово, зважаючи на специфіку ринку та побажання споживачів. Такий підхід дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані із зайвими витратами чи неприйняттям змін клієнтами, які можуть бути не готовими до нововведень. За даними Gartner, компанії, які здійснюють впровадження поетапно, досягають на 30% кращих результатів у порівнянні з тими, хто намагається запроваджувати зміни одночасно.

Ключові дії:

- Аналіз тенденцій ринку і потреб клієнтів із використанням соціальних мереж, опитувань та інших дослідницьких інструментів.
- Запуск тестових проектів для перевірки ефективності нових технологій у практичній діяльності.
- Системне збирання зворотного зв'язку від клієнтів та коригування підходів відповідно до отриманих даних.

В табл. 3.1 представлені рекомендації для покращення впровадження технологій у туристичну галузь України.

Таблиця 3.1

Рекомендації для покращення впровадження технологій
у туристичну галузь

Рекомендація	Ціль	Переваги	Очікувані результати
Формування стратегії цифрової трансформації	Оптимізація бізнес-процесів і підвищення ефективності	Підвищення фінансових результатів, поліпшення продуктивності. Компанії з чіткою стратегією зростають на 20%.	Зростання прибутковості на 15-20% через підвищену ефективність.
Інвестування в навчання персоналу	Підвищення кваліфікації співробітників	Підвищення продуктивності на 40%, покращення клієнтського сервісу. У 70% компаній навчання співробітників дає результат.	Підвищення задоволення клієнтів на 35%.
Поступова інтеграція інновацій	Мінімізація ризиків та адаптація до ринкових умов	Зниження витрат на 30%, підвищення гнучкості бізнесу. Згідно з даними Gartner, це дозволяє отримати кращі результати.	Зниження ризиків і підвищення адаптивності компанії.

Джерело: створено автором самостійно

Впровадження новітніх технологій у туристичну сферу є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності компаній. Такі інновації, як автоматизація бізнес-процесів, застосування аналітики великих даних і інтеграція хмарних платформ, сприяють значному

покращенню якості обслуговування клієнтів, швидкості реагування та оптимізації витрат. Це відкриває перспективи для розширення географії діяльності, масштабування послуг і створення нових можливостей для розвитку бізнесу.

Проте успіх у впровадженні таких рішень неможливий без комплексного підходу. Він охоплює розробку стратегії цифрової трансформації, інвестування в навчання персоналу та поступове впровадження технологій відповідно до динаміки ринку. Водночас бізнес може зіткнутися з низкою викликів: високі витрати на інновації, брак кваліфікованих фахівців і необхідність коригувати бізнес-моделі часто стають суттєвими перешкодами на шляху до інтеграції нових рішень.

Дотримання рекомендацій із впровадження сучасних технологій дозволить туристичним компаніям оптимізувати свою роботу, зміцнити конкурентні позиції й оперативно адаптуватися до змін у запитах клієнтів і ринкових умовах. Усе це стане основою для їхнього сталого розвитку й успіху на глобальному туристичному ринку.

3.3. Розробка оригінальних рекомендацій та прогнозування перспективних трендів розвитку

Зважаючи на динамічний попит на індивідуалізовані послуги в туристичному секторі, стратегічний підхід до застосування технологій штучного інтелекту (ШІ) та обробки великих даних стає ключовим фактором успіху. Аналіз поведінкових моделей клієнтів за допомогою ШІ дозволяє генерувати туристичні пропозиції, які точно відповідають їхнім потребам і вподобанням. Персоналізовані послуги не тільки підвищують задоволеність клієнтів, але й створюють додаткове джерело доходів: відповідно до

досліджень, їхня ефективність може збільшити повторні продажі на 25–30% у порівнянні з універсальними пропозиціями.

Рекомендації:

- Розробляти й інвестувати у власні алгоритми на основі штучного інтелекту для глибокого аналізу поведінкових даних клієнтів, що уможливить створення настроюваних туристичних пакетів.
- Інтегрувати CRM-системи з платформами збору даних про споживчі звички для комплексної персоналізації послуг.

Технології VR і AR трансформують підходи до надання туристичних вражень, відкриваючи можливості для віртуальних екскурсій, попереднього огляду локацій і додавання інтерактивних елементів під час подорожей. Завдяки цим технологіям клієнти можуть віртуально досліджувати місця перед запланованою поїздкою, що сприяє більш усвідомленому вибору продукту. Також використання AR допомагає збагачувати реальні маршрути шляхом інтеграції візуальної інформації про культурну чи історичну значущість об'єктів.

Рекомендації:

- Створювати VR-платформи для ознайомлення клієнтів із туристичними точками ще на етапі планування подорожі.
- Розвивати AR-додатки для забезпечення інтерактивного досвіду й залучення споживачів до освітніх, культурних та розважальних програм.

Глобальний перехід до цифрової економіки супроводжується підвищенням потреб у безпеці онлайн-транзакцій. Блокчейн-технології пропонують інноваційні рішення для захисту фінансових операцій, бронювання послуг і обробки страхових транзакцій та підвищуючи довіру споживачів. Окрім цього, автоматизація платіжних процесів через блокчейн здатна скоротити операційні витрати підприємств на 20–30% (табл. 3.2).

Основні переваги блокчейн-технологій у фінансових операціях:

1. Безпека – децентралізовані системи знижують ризик шахрайства та витоку даних.

2. Автоматизація процесів – використання смарт-контрактів усуває посередників і зменшує кількість ручних операцій.
3. Скорочення витрат – зниження витрат на комісії, обробку платежів та фінансовий аудит.
4. Підвищена довіра споживачів – прозорість транзакцій та гарантія безпеки підвищують лояльність клієнтів.

Таблиця 3.2

Скорочення витрат туристичних підприємств завдяки блокчейн-технологіям

Категорія витрат	Поточні витрати (млн грн)	Очікуване скорочення (%)	Витрати після впровадження (млн грн)
Обробка платежів	50	30%	35
Управління бронюванням	40	25%	30
Фінансовий аудит	30	20%	24
Обробка страхових транзакцій	35	25%	26.25
Загальні витрати	155	23.87% (середнє)	115.25

Джерело: розраховано автором самостійно

Як видно з табл. 3.2, впровадження блокчейн-технологій дозволяє скоротити загальні операційні витрати туристичних підприємств з 155 млн грн до 115,25 млн грн, що становить економію 39,75 млн грн.

Основна економія досягається завдяки зменшенню витрат на обробку платежів та управління бронюванням.

Додатково, автоматизація фінансових процесів дозволяє підвищити ефективність роботи підприємств, мінімізувати помилки та зменшити навантаження на персонал.

Отже, блокчейн-технології забезпечують підвищену безпеку фінансових операцій, мінімізують шахрайство та покращують прозорість транзакцій. Вони також сприяють автоматизації процесів, зменшуючи витрати на обробку платежів та управління фінансовими потоками .

Забезпечення доступності туристичних послуг для осіб із обмеженими можливостями є вагомим аспектом сучасної туристичної індустрії. Зростання попиту на інклюзивні послуги набуло особливого значення у постпандемічний період, коли інтерес до ініціатив, спрямованих на соціальну інтеграцію, суттєво зріс. Розширення можливостей інклюзивного туризму не лише забезпечує вихід на нові ринкові сегменти, але й сприяє зміцненню іміджу та соціальної відповідальності брендів. Згідно з прогнозами, до 2030 року інклюзивний туризм може забезпечити приріст доходів у розмірі 10-15% стосовно загального обсягу туристичного ринку.

Рекомендація: Доцільно спрямувати інвестиції на адаптацію інфраструктури, зокрема готелів, транспортних засобів та туристичних об'єктів, для створення безбар'єрного середовища, що забезпечує доступність для осіб із особливими потребами.

Активне використання смартфонів і спеціалізованих мобільних додатків кардинально змінює підходи до організації туристичних поїздок. Інтерактивні платформи, які дозволяють ефективно планувати маршрути, бронювати послуги й отримувати актуальну інформацію в режимі реального часу, становитимуть ключовий напрямок розвитку у наступному десятилітті. Аналітики прогнозують, що до 2028 року понад 80% туристичних транзакцій здійснюватимуться з використанням мобільних пристроїв. Необхідно розробляти мобільні додатки, спрямовані на надання персоналізованих рекомендацій та функціоналу зручного бронювання. Важливо також створювати інтегровані платформи, що матимуть можливість охоплювати всі етапи туристичного циклу – від планування маршруту до посттуристичної підтримки клієнтів.

Зростання суспільної свідомості щодо екологічних викликів та цілей сталого розвитку зумовлює підвищений попит на подорожі, які відповідають принципам екологічної відповідальності. Ринок сталого туризму, за прогнозами, до 2030 року продемонструє приріст у 20-25%, адже дедалі більше споживачів буде надавати перевагу організаціям, що впроваджують

екологічно чисті практики та мінімізують вплив на довкілля. Розвиток сталого туризму передбачає інтеграцію екологічно чистих транспортних засобів до туристичних маршрутів, а також створення інфраструктури для екологічних готелів і проведення активних турів, які орієнтовані на мінімізацію негативного впливу людської діяльності на навколишнє середовище.

Автоматизація бізнес-процесів у туристичному секторі, зокрема за допомогою таких інструментів, як чат-боти, віртуальні асистенти та роботи для клієнтського обслуговування, набуває дедалі більшого поширення. Застосування цих технологій сприятиме оптимізації витрат на обслуговування клієнтів, скороченню часу реагування на запити і, в кінцевому підсумку, покращенню загального досвіду туристів. За прогнозами, до 2026 року автоматизація дозволить зменшити витрати на клієнтське обслуговування до 30%.

Перспективні напрями:

- Інтеграція чат-ботів для автоматизації основних процесів, таких як бронювання, обробка запитів та надання інформаційних послуг.
- Використання роботів для виконання функцій обслуговування в готелях і у рамках екскурсійних програм.

Розробка інноваційних рекомендацій та прогнозування перспективних трендів розвитку туристичної галузі є ключовим аспектом стратегічного планування успішної діяльності туристичних компаній. Впровадження передових технологічних рішень, серед яких штучний інтелект, блокчейн і віртуальна реальність, а також задоволення зростаючого попиту на сталий туризм відкривають значні перспективи для вдосконалення бізнес-процесів і підвищення конкурентоспроможності. Системний моніторинг цих трендів у поєднанні з адаптивним підходом до реагування на зміни сприятиме стабільному розвитку компаній, забезпеченню зростання їхньої частки ринку та загальному прогресу туризму як галузі.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання даної роботи виконано усі поставлені завдання та досягнута головна мета. За результатами проведеного дослідження можна сформулювати наступні висновки.

Інновації відіграють ключову роль у розвитку туристичних компаній, сприяючи підвищенню їхньої конкурентоспроможності, ефективності операційних процесів та якості обслуговування клієнтів. Дослідження підтвердило, що адаптація новітніх технологій у сфері туризму є важливим фактором забезпечення стійкого розвитку та відповіді на сучасні виклики ринку.

Розгляд теоретичних засад інноваційного розвитку продемонстрував, що інновації можуть набувати різних форм: технологічні, продуктові, організаційні, маркетингові. Використання таких концепцій, як модель Шумпетера, дифузійна модель Роджерса та концепція відкритих інновацій, дозволяє оцінити економічний і стратегічний ефект від їх впровадження. Для досягнення успішного розвитку компанії мають застосовувати сучасні методи оцінки ефективності інноваційних рішень, зокрема аналіз великих даних та штучний інтелект.

Аналіз стану інноваційної діяльності в туристичному секторі України показав, що галузь активно інтегрує цифрові технології, такі як онлайн-бронювання, мобільні додатки та автоматизація управління. Однак обмежене фінансування та недостатня технологічна інфраструктура уповільнюють цей процес. Незважаючи на це, провідні компанії демонструють успіхи у впровадженні інновацій, що позитивно впливає на продуктивність бізнесу. Майбутнє туристичної індустрії залежить від національних стратегій підтримки інноваційного розвитку, інвестицій у технології та підвищення кваліфікації працівників.

Цифрові інструменти, такі як штучний інтелект, великі дані, інтернет речей, віртуальна та доповнена реальність, стали основними драйверами змін у галузі. Впровадження ШІ дозволяє автоматизувати бізнес-процеси, підвищувати якість обслуговування та знижувати витрати. Очікується, що персоналізовані туристичні пропозиції на основі поведінкового аналізу можуть збільшити повторні продажі на 25–30%. Використання VR та AR дає можливість туристам віртуально ознайомлюватися з об'єктами перед поїздкою, що сприяє підвищенню довіри до бренду.

У сучасному світі екологічна відповідальність є важливою складовою туристичного бізнесу. Прогнозується, що ринок сталого туризму зростатиме на 20–25% щорічно до 2030 року. Компаніям рекомендується впроваджувати екологічно чисті транспортні засоби, розвивати еко-готелі та запроваджувати заходи з мінімізації впливу на довкілля. Також зростає значення інклюзивного

туризму, що може збільшити прибутки компаній на 10–15% за рахунок розширення аудиторії та адаптації інфраструктури для людей з обмеженими можливостями.

Автоматизація процесів, таких як бронювання, управління ресурсами та обробка запитів клієнтів, сприяє зниженню операційних витрат на 20–30%. Використання чат-ботів, віртуальних асистентів і блокчейн-рішень дозволяє підвищити безпеку фінансових операцій і зменшити ризики шахрайства. У довгостроковій перспективі автоматизація сприятиме оптимізації витрат і покращенню взаємодії зі споживачами.

Інновації в туризмі є невід’ємним фактором забезпечення конкурентних переваг у сучасних умовах. Туристичним компаніям необхідно інвестувати в новітні технології, адаптувати стратегії розвитку до динамічних змін ринку та інтегрувати екологічні й інклюзивні підходи у свою діяльність. Використання штучного інтелекту, автоматизація процесів, цифровізація послуг та сталий розвиток стануть визначальними напрямками успішного функціонування туристичних підприємств у майбутньому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Закон України «Про туризм»: від 15 вересня 1995 р. №324 95.
URL: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm (дата звернення 15.01.2025)
2. Закон України «Про інноваційну діяльність»: від 31.03.2023 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення 15.01.2025)
3. Ахмедова О. О. Можливості використання світового досвіду державного регулювання у сфері туризму в Україні Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія «Державне управління». 2016. №1. С. 32-37.

4. Ахмедова О. О., Сікорська І. М. Туристична індустрія як об'єкт державного регулювання Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. 2014. Вип. 8. С. 40-47.
5. Баданюк О. В., Довбуш В. І. "Інновації в сфері туризму: сучасні тенденції та перспективи". Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості. 2020. С. 434-437.
6. Бартошук О. В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі Економічний часопис-XXI. 2012. №3-4. С. 38-41.
7. Борисова О. В. Ефективність інноваційної політики підприємств у сфері туризму Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка». 2013. Т. 18. Вип. 2. С. 18-26.
8. Боковець В. В., Зайцева Д. Є. "Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі". Вісник ЧНУ імені Петра Могили. Економічні науки. 2019. №2. С. 45-50.
9. Васильчук О. "Інновації в туристичному бізнесі". Навчальний посібник. Київ: Вид-во КНЛУ, 2015.
10. Величко Л. Ю. Передовий світовий досвід державної підтримки розвитку туризму: уроки для України Правові, управлінські та економічні аспекти трансформації сучасного громадянського суспільства: тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25 березня 2016 р.) у 2-х ч. Київ: ВЦ КНУКіМ, 2016. Ч. I. С. 598-600.
11. Волошенко В. М. Особливості управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в Україні Інвестиції: практика та досвід. 2014. №5. С. 162-164.
12. Власова Н. М., Смирнова В. В., Семенченко Н. Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 113-114.
13. Всесвітня туристична організація (ВТО) United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Офіційний сайт. URL: <http://www2.unwto.org> (дата звернення: 02.01.2025).

14. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України Інвестиції: практика та досвід. 2017. №23. С. 29-31.

15. Габа М. І. Фактори впливу на розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму Карпат Інтелект ХХІ. 2014. №5. С. 87-94.

16. Гаврилук А .М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: авто. дис. к. е. н. держ. упр.: спец. 25.00.02 «Механізми державного управління». К., 2011. 23 с. URL: http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Avtoreferat/40885366-2ca4-4d42-9c1b-969a70fb8256.pdf

17. Галасюк К. А. Інновації як інструмент подолання кризових явищ на підприємствах готельного господарства Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. 2013. №2(181). С. 13-21.

18. Глебова А. О. Інноваційні технології в туристичній галузі Економіка. Управління. Інновації. 2012. №2 (8). С. 46-51.

19. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 12. 2018. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501> (дата звернення: 02.01.2025).

20. Давидова О. Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». 2015. №7 (172). С. 65-69.

21. Дишкантюк О. В., Потьомкін Л. М., Власюк К. В. Індустрія гостинності та туризму в умовах COVID-19: світова практика та українські реалії. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/61_2021/4.pdf (дата звернення: 02.01.2025).

22. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 224 с.

23. Джинджоян В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності Електронне видання «Ефективна економіка». URL:

<https://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6228> (дата звернення: 02.01.2025).

24. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.

25. Інновації в туристичній діяльності: досвід і перспективи Аналітичний звіт. URL: <https://tourlib.net/analitica/tourinnov.htm> (дата звернення: 02.01.2025).

26. Інноваційний розвиток туристичної галузі: стратегічні підходи. URL: https://strategy.gov.ua/docs/2017/innovation_tourism.pdf (дата звернення: 02.01.2025).

27. Камінський Б., Юрченко В. Особливості формування та реалізації інноваційного потенціалу туристичних підприємств регіону Економічний аналіз. 2019. Том 29. №3. С. 100-106.

28. Копитко В. Проблеми розвитку інновацій на регіональному рівні в Україні Український журнал прикладної економіки. 2016. Том 1. №2. С. 67-72.

29. Кравченко В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko22.htm (дата звернення: 02.01.2025).

30. Мізюк Б. М., Полотай Б. Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2016. Вип. 51. С. 45-49.

31. Мандрівку оформлюють лише за 8 днів до початку поїздки, — в Join UP! розповідають про реалії туризму. URL: <https://thepage.ua/ua/news/turizm-u-2023-roci-golovni-pidsumki-vid-turoperatora-join-up> (дата звернення: 15.01.2025).

32. Мельниченко С. В. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія С. В. Мельниченко, К. А. Шеєнкова. К.: КНТЕУ, 2015. 264 с.

33. Рейтинг туроператорів України 2020 [URL: https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/](https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/) (дата звернення: 15.01.2025).

34. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №9. С. 124-130.

35. Смирнова В. В., Власова Н. М. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі Культура народів Причорномор'я. 2009. №176. С. 113-114.

36. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Бойко М. Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія За заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.

37. Чорна Л. І. Інноваційні підходи до розвитку туристичних компаній в умовах сучасних викликів Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2020. №3. С. 45-50.

38. Шматько В. Г., Василенко В. О. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. Вид. 3-є, вип. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 440 с.

39. Brahmhbhatt S. Development of Innovation in Tourism: Role of Creativity. URL: https://www.gnlu.ac.in/bc/bs/GNLU-BW-SB-1215-01_DEVELOPMENT%20OF%20INNOVATION%20IN%20TOURISM%20ROLE%20OF%20CREATIVITY.pdf (дата звернення: 15.01.2025).

40. Hall C. M., Williams A. Tourism and innovation. London: Routledge. 2008. 263 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=-LF8AgAAQBAJ&hl=ru> (дата звернення: 15.01.2025).