

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет управління, адміністрування та туризму  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра  
Рівень вищої освіти

Особливості застосування інновацій у наданні туристичних послуг за матеріалами ТА «Аквамарин Тур» (ФОП Прокопюк Н.І.), м. Хмельницький

Галузь знань 24 Сфера обслуговування  
Спеціальність 242 Туризм і рекреація  
Освітня програма Туризм

Шифр 23234

Виконав: студент 2 курсу  
група ТУРмз-23-1

  
Підпис

В. Берегельська  
Ініціали, прізвище

Керівник:  
кандидат економ наук, доц.

  
Підпис, дата

Л. Гризовська  
Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

  
Підпис, дата

О.Гриндій  
Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:  
Зав. кафедри туризму  
та готельно-ресторанної  
справи  
доктор економ наук, проф

  
Підпис, дата

І. Журба  
Ініціали, прізвище

16 12 2024 р.

Хмельницький, 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи  
Рівень вищої освіти магістр  
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»  
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»  
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ  
зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
І. Журба  
16.12.2024 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**  
Берегельської Вікторії Василівни  
Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Особливості застосування інновацій у наданні туристичних послуг за матеріалами ТА «Акварин Тур» (ФОП Прокопюк Н.І.), м. Хмельницький керівник роботи Лілія Гризовська  
затверджена Наказом по університету від «26» 08 2024 р. № 60
- 2 Строк подання студентом роботи на кафедру 16.12 2024 р.
- 3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, звітність підприємства, Інтернет джерела
- 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)  
У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти інновацій у сфері надання туристичних послуг. У другому розділі проаналізовано діяльність ТА «Акварин Тур» у контексті застосування інновацій. У третьому розділі досліджено удосконалення інноваційних підходів у наданні туристичних послуг ТА «Акварин Тур».
- 5 Перелік графічного матеріалу: основні принципи інновацій у туризмі, класифікація продуктових інновацій в туризмі, види інновацій у туристичній діяльності, сучасні інноваційні тренди в туристичних послугах, основні послуги ТА «Акварин Тур», оцінка інноваційного потенціалу ТА «Акварин Тур», бальна оцінка критеріїв за методом Space для туристичної агенції «Акварин Тур», основні недоліки інноваційних підходів у наданні туристичних послуг, перспективні напрями розвитку сфери інноваційного туризму, пропозиції щодо удосконалення популяризації інновацій у туристичних послугах туристичного підприємства (на прикладі ТА «Акварин Тур»).
- 6 Дата видачі завдання 05 09 2024 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

| Назва етапу виконання КР  | Термін виконання етапу роботи | Примітка |
|---|-------------------------------|----------|
| 1. Вибір теми і складання бібліографії  | 05.09.2024                    |          |
| 2. Вивчення стану проблеми за темою Особливості застосування інновацій у наданні туристичних послуг за матеріалами ТА «Акварин Тур» (ФОП Прокопюк Н.І.), м. Хмельницький, висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет | 19.09.2024                    |          |
| 3. Збір фактичного матеріалу  | 02.10.2024                    |          |
| 4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи   | 11.10.2024                    |          |
| 5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо   | 22.10.2024                    |          |
| 6. Обробка зібраного матеріалу  | 07.11.2024                    |          |
| 7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми   | 18.11.2024                    |          |
| 8. Підготовка тексту основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами   | 27.11.2024                    |          |
| 9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту   | 12.12.2024                    |          |
| 10. Здача роботи на кафедру   | 16.12.2024                    |          |

Студент-дипломник

  
Підпис

В. Берегелська

Прізвище, ініціали

Керівник роботи

  
Підпис

Л. Гризовська

Прізвище, ініціали

## АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Берегельської Вікторії Василівни

Тема роботи: Особливості застосування інновацій у наданні туристичних послуг за матеріалами ТА «Аквамарин Тур» (ФОП Прокопюк Н.І.), м. Хмельницький

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник к.е.н., доцент Л. Гризовська

м. Хмельницький, 2024 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 59 с., містить 15 таблиць, 14 рисунків, з перелік джерел посилань складається із 35 найменування.

Актуальність роботи. Сучасний розвиток туристичної галузі відбувається у тісному взаємозв'язку з новітніми технологіями, що зумовлює необхідність впровадження інноваційних рішень у процес надання туристичних послуг. Інновації стають ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній, оптимізації бізнес-процесів та задоволення зростаючих потреб клієнтів.

Перший розділ роботи присвячений визначенню сутності та видам інновацій у туристичній діяльності; особливостям впровадження інновацій у туристичному бізнес; сучасним трендам у використанні інноваційних технологій в туристичних послугах.

У другому розділі охарактеризовано діяльність ТА «Аквамарин Тур»: організаційна структура, клієнтська база, основні напрями роботи; досліджено використання інноваційних підходів у роботі ТА «Аквамарин Тур»; здійснено аналіз ефективності застосування інноваційних технологій у наданні туристичних послуг.

У третьому розділі досліджено основні недоліки та вдосконалення існуючих інноваційних рішень у ТА «Аквамарин Тур»; запропоновано рекомендації та пропозиції щодо удосконалення популяризації інновацій у туристичних послугах підприємства ТА «Аквамарин Тур».

Ключові слова: туризм, інновації, інноваційні технології, туристична послуга, туристична діяльність, перспективи.

## SUMMARY

for qualification work Victoria Berehelska

The topic of the work: Features of the application of innovations in the provision of tourist services according to the materials of TA "Aquamarine Tour" (FOP Prokopyuk N.I.), m. Khmelnytskyi

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of Tourism and Hotel-Restaurant Business

Scientific supervisor, candidate of economic sciences, associate professor

L. Hryzovska

Khmelnytsky, 2024

The qualification work was completed on 59 pages, contains 15 tables, 14 figures, the list of reference sources consists of 35 names.

Relevance of work The modern development of the tourism industry is closely related to the latest technologies, which necessitates the introduction of innovative solutions in the process of providing tourist services. Innovations are becoming a key factor in increasing the competitiveness of travel companies, optimizing business processes and meeting the growing needs of customers.

The first section of the work is devoted to defining the essence and types of innovations in tourist activity; peculiarities of the introduction of innovations in the tourism business; modern trends in the use of innovative technologies in tourist services.

In the second section, the activities of TA "Aquamarine Tour" are characterized: organizational structure, client base, main areas of work; the use of innovative approaches in the work of TA "Aquamarine Tour" was investigated; an analysis of the effectiveness of the use of innovative technologies in the provision of tourist services was carried out.

In the third section, the main shortcomings and improvements of existing innovative solutions in TA "Aquamarine Tour" are investigated; recommendations and proposals for improving the popularization of innovations in tourist services of the TA "Aquamarine Tour" enterprise are offered.

Keywords: tourism, innovations, innovative technologies, tourist service, tourist activity, prospects.

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| ВСТУП.....  | 7  |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ НАДАННЯ<br>ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....  | 10 |
| 1.1 Сутність та види інновацій у туристичній діяльності.....  | 10 |
| 1.2 Особливості впровадження інновацій у туристичному бізнесі.....  | 15 |
| 1.3 Сучасні тренди у використанні інноваційних технологій в туристичних<br>послугах.....  | 20 |
| РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА «АКВАМАРИН ТУР» У КОНТЕКСТІ<br>ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ.....  | 25 |
| 2.1 Характеристика діяльності ТА «Аквамарин Тур»: організаційна структура,<br>клієнтська база, основні напрями роботи.....                          | 25 |
| 2.2 Дослідження використання інноваційних підходів у роботі ТА «Аквамарин<br>Тур».....  | 29 |
| 2.3 Аналіз ефективності застосування інноваційних технологій у наданні<br>туристичних послуг.....   | 35 |
| РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У<br>НАДАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА «АКВАМАРИН ТУР».....  | 41 |
| 3.1 Основні недоліки та вдосконалення існуючих інноваційних рішень у ТА<br>«Аквамарин Тур».....   | 41 |
| 3.2 Обґрунтування рекомендацій та пропозицій з удосконалення популяризації<br>інновацій у туристичних послугах підприємства ТА «Аквамарин Тур»..... | 46 |
| ВИСНОВКИ.....   | 54 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....   | 56 |

## ВСТУП

Сучасний розвиток туристичної галузі відбувається у тісному взаємозв'язку з новітніми технологіями, що зумовлює необхідність впровадження інноваційних рішень у процес надання туристичних послуг. Інновації стають ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній, оптимізації бізнес-процесів та задоволення зростаючих потреб клієнтів.

Використання інноваційних підходів стає необхідною умовою для задоволення запитів сучасних туристів, які очікують індивідуалізації, інтерактивності та високого технологічного рівня обслуговування. Сучасні туристи очікують більш індивідуального підходу, інтерактивності та високотехнологічності у процесі планування та організації подорожей. Використання таких технологій, як онлайн-платформи для бронювання, мобільні додатки, штучний інтелект і big data, значно підвищує ефективність обслуговування клієнтів. В умовах високої конкуренції на туристичному ринку впровадження інновацій дозволяє компаніям виділятися серед конкурентів та залучати нових клієнтів.

З огляду на ці фактори, дослідження особливостей застосування інновацій у наданні туристичних послуг є надзвичайно актуальним. Воно дозволяє виявити перспективні напрямки розвитку галузі, сформулювати практичні рекомендації для вдосконалення діяльності туристичних компаній та задовольнити потреби сучасних споживачів.

Дослідження інноваційної проблематики ґрунтуються на роботах таких науковців, як М. Багров, Р. Балашова, І. Бережна, В. Гаворецький, П. Гудзь, А. Дембський, В. Євдокименко, А. Єфремов, А. Корнак, В. Кравців, З. Кручек, Л. Мазуркевич, В. Мамутов, С. Мельниченко, А. Новаковська, В. Павлов, А. Панасюк, О. Рогалевський, В. Руденко, Д. Стеченко, О. Шаблій, Л. Шевчук, І.

Школа, Т. Ткаченко, А. Мазаракі, О. Любіцева та інших. Разом з тим, питання особливостей застосування інновацій у наданні туристичних послуг потребують детальнішого розгляду.

Об'єктом дослідження є процес впровадження інновацій у сфері надання туристичних послуг, що розглядається на прикладі діяльності туристичного агентства «Аквамарин Тур».

Предмет дослідження є теоретичні, методологічні та практичні особливості впровадження та використання інноваційних технологій, а також підходів у процесі надання туристичних послуг туристичного підприємства.

Метою написання дипломної роботи є аналіз особливостей застосування інновацій у процесі надання туристичних послуг на прикладі туристичного агентства «Аквамарин Тур» та розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності використання інновацій для забезпечення конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів.

Під час написання дипломної роботи необхідно виконані такі завдання:

- розкрити сутність та види інновацій у туристичній діяльності;
- вивчити особливості впровадження інновацій у туристичному бізнесі;
- дослідити сучасні тренди у використанні інноваційних технологій в туристичних послугах;
- надати характеристику діяльності підприємства ТА «Аквамарин Тур»;
- проаналізувати використання інноваційних підходів у роботі ТА «Аквамарин Тур»;
- оцінити ефективність застосування інноваційних технологій у наданні туристичних послуг;
- розглянути основні недоліки та вдосконалення існуючих інноваційних рішень у ТА «Аквамарин Тур»;
- обґрунтувати рекомендації та розробити пропозиції з

удосконалення популяризації інновацій у туристичних послугах ТА «Аквамарин Тур».

Методи дослідження: спостереження, опис, економіко-статистичний метод (порівняння, абсолютні і відносні величини, балансовий метод), а також аналіз і синтез.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання отриманих результатів для вдосконалення діяльності туристичного агентства «Аквамарин Тур» шляхом впровадження інноваційних технологій або на інших туристичних підприємствах.

Апробація результатів роботи. Основні наукові положення та результати досліджень були представлені та схвалені на Всеукраїнській науково-практичній конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Управління бізнес-процесами підприємств у контексті індустрії 4.0» (м. Тернопіль, Україна, 11 жовтня 2024 р.).

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань). Робота містить 15 таблиць та 14 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 59 сторінки. Основний зміст викладено на 56 сторінках.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

### 1.1 Сутність та види інновацій у туристичній діяльності

Сучасний розвиток туризму значною мірою залежить від впровадження нових рішень, спрямованих на підвищення якості обслуговування клієнтів та розширення туристичних можливостей. Практика успішних інноваторів у сфері туризму демонструє, що створення та реалізація інновацій є ключовим фактором для збереження конкурентоспроможності в умовах жорсткої ринкової боротьби.

Вперше термін «інновація» у його сучасному розумінні використав австрійський учений Й. Шумпетер. Він наголошував, що інновації — це істотна зміна у функції виробництва, яка полягає у створенні та комерціалізації нових комбінацій. Це включає використання нових матеріалів і компонентів, впровадження інноваційних процесів, освоєння нових ринків і запровадження нових організаційних форм [9].

Відповідно до Закону України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 р., інновація — це новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція чи послуги, а також організаційно-технічні рішення у виробничій, адміністративній, комерційній або інших сферах, які значно покращують структуру та якість виробництва або соціальної сфери [10].

У таблиці 1.1 подано визначення терміна «інновації в туризмі», запропоновані зарубіжними та українськими дослідниками. Отже, інновації в туризмі — це результат впровадження новацій у туристичній сфері, які спрямовані на підвищення її ефективності та досягнення, насамперед, комерційного успіху, що сприяє стабільному функціонуванню та розвитку галузі.

Таблиця 1.1 - Визначення поняття «інновації в туризмі»

| Автор                                       | Визначення   |
|---|--|
| Власова Н.,<br>Смирнова В.,<br>Семененко Н. | Інновації і туризмі – це системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні.   |
| Тайгибова Т.                                | Інновації і туризмі – системні заходи, що мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні.  |
| Маклашина Л.                                | Інновації і туризмі – розробка, створення нових туристичних маршрутів, проєктів і т.д. із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду в галузях управління і маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни та регіонів.                                |
| Новіков В.                                  | Інновації і туризмі – результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристичних, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристичного бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристичних підприємств. |

Інновації в туризмі охоплюють впровадження змін, спрямованих на відновлення та розвиток духовних і фізичних сил туристів, оновлення туристичного продукту, підвищення ефективності функціонування елементів туристичної індустрії, а також удосконалення процесів створення, просування та споживання туристичних товарів і послуг [21]. Вони також передбачають модернізацію факторів виробництва. Прикладами таких інновацій є скорочення часу транспортування завдяки впровадженню нових високошвидкісних видів транспорту, як-от швидкісні потяги Hyundai; покращення умов праці працівників туристичної галузі (зокрема, через механізацію та автоматизацію процесів у закладах харчування, де частка ручної праці становить близько 75%); застосування передових методів трансформації виробничих факторів у послуги; створення груп якості для залучення працівників до розв'язання актуальних питань і покращення якості обслуговування, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів.

С. Севастьянова визначає вісім основних принципів інновацій у туризмі (табл.1.2) [12, с. 115].

Таблиця 1.2 – Основні принципи інновацій у туризмі

| Принцип     | Опис   |
|-------------|--|
| Науковість  | Застосування наукових знань та методів для реалізації інновацій відповідно до потреб туристів.       |
| Системність | Врахування всіх необхідних факторів та умов для задоволення потреб людей у відпочинку й рекреації, а |

|  |  |
|--|--|
|  | також впливу зовнішнього середовища.   |
| Відповідність потребам туристів          | Орієнтація інновацій лише на ті нововведення, які є актуальними та необхідними для клієнтів.   |
| Позитивність результатів                 | Уникнення необґрунтованого чи необдуманого впровадження нововведень, які можуть становити небезпеку для туристів, підприємств чи довкілля.     |
| Іманентність інвестиційним процесам      | Використання інвестиційних ресурсів для досліджень, розробки та впровадження інновацій, ефективність яких залежить від значимості та масштабу. |
| Відповідність рівню розвитку суспільства | Узгодженість інноваційної діяльності та її результатів із сучасним рівнем соціального й економічного розвитку.                                 |
| Зв'язність                               | Новий продукт має стимулювати створення наступних інновацій та забезпечувати їх фінансову підтримку.   |
| Безпека                                  | Гарантія відсутності шкоди для людей і навколишнього середовища під час впровадження нововведень.  |

Відповідно до міжнародних стандартів, ухвалених у місті Осло в 1992 році (так зване «Керівництво Осло»), інновації поділяють на два типи: продуктові та процесні (рис. 1.1). Продуктові інновації включають створення нових або вдосконалених продуктів, серед яких виокремлюють базисні та вдосконалені продуктові інновації. Конкурентоспроможність у туристичній галузі значною мірою залежить від привабливості запропонованого туристичного продукту. Основним напрямом інноваційної діяльності туроператорів є розробка нових турів і модернізація вже існуючих туристичних продуктів [1].

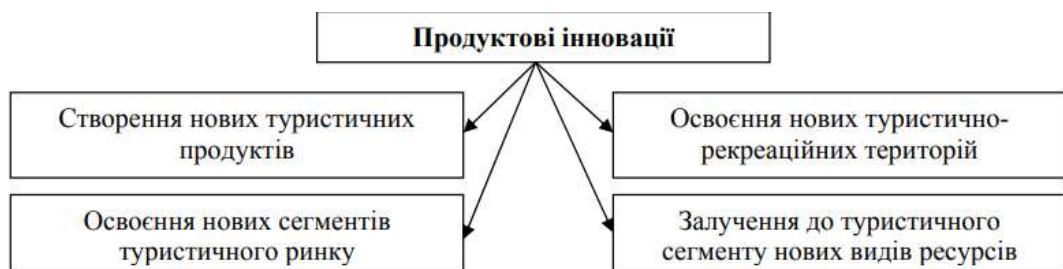


Рисунок 1.1 - Класифікація продуктових інновацій в туризмі

Туристичний продукт (тур) – це організована подорож за визначеним

маршрутом у конкретні строки, яка супроводжується наданням комплексу туристичних послуг, таких як бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо. Базисні продуктові інновації у туризмі полягають у створенні турів, що відповідають новим споживчим потребам. Удосконалення властивостей і характеристик наявного турпродукту складає сутність поліпшуючих продуктових інновацій, наприклад, надання комфортніших номерів або включення додаткових послуг до пакету. Оскільки тур передбачає подорож за конкретним маршрутом, відкриття нових напрямків (у нові країни чи регіони) також вважається продуктовою інновацією. До таких інновацій можна віднести й розробку нових послуг для клієнтів у готелях, ресторанах та інших закладах туристичного обслуговування.

Розробка нових туристичних продуктів може базуватися на створенні інфраструктурних об'єктів, які приваблюють певні категорії туристів. Наприклад, це можуть бути об'єкти для занять спортом, такі як майданчики для парашутизму, дельтапланеризму, яхтингу чи гірськолижного спорту.

Інновації в туристичній діяльності – це впровадження нових ідей, технологій, послуг або процесів, які сприяють підвищенню ефективності, конкурентоспроможності та якості туристичних продуктів. Їх використання забезпечує створення додаткової цінності для клієнтів, адаптацію до змін у ринкових умовах і стимулювання розвитку галузі.

Основні характеристики інновацій у туризмі представлені на рисунку 1.2.

Інноваційний процес здійснюється через ринок туристичних послуг, задоволеність клієнтів, а також шляхом адаптації туристичної інфраструктури для впровадження різних типів інновацій, таких як продуктові, технологічні, сервісні, маркетингові та організаційно-управлінські. Таким чином, можна виділити основні види інновацій, які можуть бути реалізовані у процесі розвитку туризму [11].

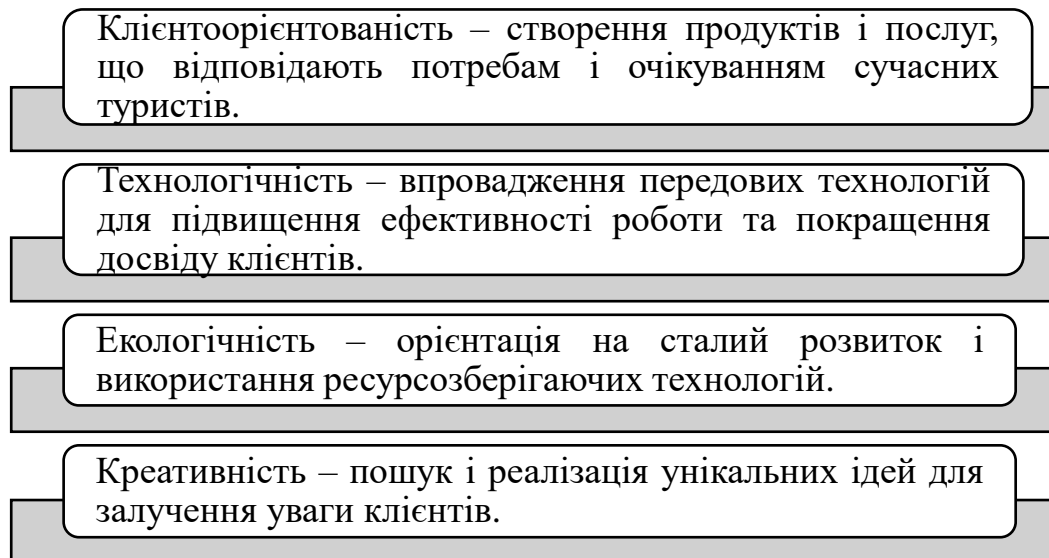


Рисунок 1.2 - Основні характеристики інновацій у туризмі

Інновації в туристичній діяльності є ключовим елементом для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку цієї сфери. Вони охоплюють різноманітні напрямки, що сприяють покращенню якості туристичних послуг, оптимізації процесів, підвищенню ефективності функціонування інфраструктури та адаптації до змінюваних умов ринку.

Таблиця 1.3 - Види інновацій у туристичній діяльності

| Вид інновацій           | Характеристика   |
|-------------------------|--|
| Продуктові інновації    | Створення нових видів турів (наприклад, екотури, гастрономічні тури, цифрові тури).<br>Упровадження нестандартних форматів відпочинку (глемпінг, культурні експедиції).<br>Розробка інтерактивних продуктів, таких як віртуальні тури. |
| Процесні інновації      | Автоматизація процесів бронювання та обслуговування клієнтів.<br>Використання технологій штучного інтелекту (чат-боти, рекомендаційні системи).<br>Оптимізація логістики та транспортування туристів.                                  |
| Організаційні інновації | Впровадження нових моделей управління туристичними агентствами.<br>Створення партнерських альянсів між готелями, транспортними компаніями та іншими учасниками   |

|                        |  |
|------------------------|--|
|                        | ринку.<br>Розробка індивідуалізованих програм для бізнес-клієнтів.   |
| Маркетингові інновації | Використання цифрових платформ для просування (соціальні медіа, блогери, інфлюенсери).<br>Застосування технологій доповненої та віртуальної реальності в рекламі.<br>Персоналізація рекламних кампаній.          |
| Екологічні інновації   | Впровадження принципів сталого туризму.<br>Розробка програм для мінімізації впливу на навколишнє середовище.<br>Використання відновлюваних джерел енергії в туристичних об'єктах.                                |
| Соціальні інновації    | Організація інклюзивного туризму, орієнтованого на людей із особливими потребами.<br>Проведення культурних заходів для розвитку місцевих громад.<br>Підтримка програм корпоративної соціальної відповідальності. |

Розвиток інновацій у туристичній сфері є важливим інструментом адаптації до швидкозмінного ринку, підвищення рівня конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних туристів.

## 1.2 Особливості впровадження інновацій у туристичному бізнесі

Впровадження інновацій у туристичному бізнесі є важливим чинником розвитку галузі, що дозволяє підвищити якість послуг, адаптуватися до ринкових змін і задовольнити потреби сучасних туристів. Успішні інноватори в галузі туризму переконливо демонструють, що використання інноваційних підходів є важливим інструментом у конкурентній боротьбі. В умовах нестабільності це стає ключовим фактором для збереження та розвитку бізнесу. Зважаючи на світовий досвід впровадження інновацій у туристичній сфері, їхнє використання в українській туристичній індустрії може значно прискорити розвиток галузі та підвищити якість туристичних послуг.

Однак цей процес має свої особливості, пов'язані зі специфікою індустрії та її залежністю від багатьох зовнішніх факторів (табл.1.4.).

Таблиця 1. 4 - Основні особливості впровадження інновацій у туристичному бізнесі

| Інновації                            | Характеристика   |
|--------------------------------------|--|
| Залежність від технологій            | Висока технологічна залежність галузі вимагає постійного впровадження нових цифрових рішень, таких як онлайн-платформи, мобільні додатки та системи автоматизації.<br>Розвиток віртуальної та доповненої реальності відкриває нові можливості для покращення клієнтського досвіду. |
| Клієнтоорієнтованість                | Інновації орієнтовані на задоволення потреб туристів, які шукають індивідуалізовані послуги, зручність у бронюванні та ексклюзивні враження.<br>Персоналізація пропозицій за допомогою аналізу даних клієнтів стає ключовою стратегією.  |
| Сезонність та ринкові коливання      | Туристичний бізнес залежить від сезонних факторів, що впливає на строки впровадження інновацій.<br>Економічні та соціальні кризи можуть уповільнювати процеси інноваційного розвитку.  |
| Інтеграція з іншими галузями         | Успішне впровадження інновацій часто передбачає співпрацю з іншими галузями, такими як інформаційні технології, транспорт, готельний бізнес та громадське харчування.<br>Партнерські проекти дозволяють оптимізувати витрати та підвищити якість послуг.                           |
| Інвестиційна привабливість та ризики | Інноваційні проекти вимагають значних фінансових вкладень, що часто стає бар'єром для малого та середнього бізнесу.<br>Невизначеність результатів інновацій підвищує ризики для інвесторів, що потребує ретельного планування та оцінки.   |
| Регулювання та стандарти             | Впровадження інновацій у туризмі залежить від нормативно-правового регулювання та міжнародних стандартів.<br>Екологічні та безпекові вимоги створюють додаткові виклики, але також стимулюють розвиток сталого туризму.  |
|                                      | Інновації дедалі більше спрямовані на підтримку  |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Тренди сталого розвитку     | екологічності, енергозбереження та соціальної відповідальності.<br>Впровадження еко-турів, використання відновлюваних ресурсів та мінімізація впливу на довкілля стають важливими складовими сучасного бізнесу.                 |
| Роль людського фактора      | Успішне впровадження інновацій залежить від кваліфікації персоналу та готовності співробітників адаптуватися до нових технологій.<br>Навчання та підвищення кваліфікації стають обов'язковими елементами інноваційного процесу. |
| Глобалізація та конкуренція | Туристичні компанії змушені впроваджувати інновації для утримання конкурентних позицій на глобальному ринку.<br>Взаємодія з міжнародними платформами, такими як Booking.com чи Airbnb, відкриває доступ до ширшої аудиторії.    |

Туристичні фірми беруть участь в інноваційних процесах по-різному, що залежить від їхнього підходу до впровадження нововведень. З цієї причини туристичні фірми класифікують за різними типами інноваційної поведінки (табл. 1.5.).

Таблиця 1.5 - Класифікація видів туризму по типам інноваційної поведінки туристичних фірм

| № п/п | Параметри                 | Тип інноваційної поведінки |                                    |  |   |
|-------|---------------------------|----------------------------|------------------------------------|--|---|
|       |                           | Віоленти                   | Патієнти                           | Експлеренти  | Комутанти                                   |
| 1.    | Вид туризму               | Медичний, паломницький     | Етнографічний, ностальгічний       | Військовий, подієвий, археологічний, езотеричний, сакральний | Хобі-туризм, палеонтологічний екстремальний |
| 2.    | Рівень конкуренції        | Високий                    | Низький                            | Середній   | Середній                                    |
| 3.    | Новизна галузі            | Нові                       | Зрілі                              | Нові   | Нові, зрілі                                 |
| 4.    | Види потреб               | Масові, стандартні         | Масові, але не стандартні          | Інноваційні  | Локальні                                    |
| 5.    | Профіль виробництва       | Масовий                    | Спеціалізований                    | Експериментальний  | Універсальний, дрібний                      |
| 6.    | Розмір фірми              | Великі                     | Великі, середні, дрібні            | Середні, дрібні  | Дрібні                                      |
| 7.    | Стійкість фірми           | Висока                     | Висока                             | Низька   | Низька                                      |
| 8.    | Фактор сили і конкуренції | Висока продуктивність      | Прийосованість до особливого ринку | Випередження у нововведеннях                                 | Гнучкість                                   |

Фірми-віоленти – це організації, які активно ініціюють інновації та впроваджують їх у своїй діяльності. Вони часто є лідерами в індустрії, пропонуючи нові туристичні продукти або технології. Такі фірми не чекають змін на ринку, а самі створюють ці зміни, стимулюючи розвиток галузі.

Фірми-патієнти – ці фірми більш обережні в впровадженні інновацій, часто чекають на реакцію ринку або більш інноваційних конкурентів. Вони адаптують вже готові рішення, поступово впроваджуючи нововведення у свою діяльність, після того як вони доведуть свою ефективність у інших компаніях.

Фірми-експлеренти – організації, які активно шукають нові можливості для інновацій, досліджують нові напрямки та технології, але не завжди готові впроваджувати їх у масовому порядку. Вони спрямовують свої зусилля на дослідження нових ідей, що можуть бути використані в майбутньому.

Фірми-комутанти – це туристичні компанії, які схильні швидко адаптувати інновації, що вже набули популярності на ринку. Вони активно слідкують за конкурентами і намагаються інтегрувати їхні успішні інновації в свою діяльність для покращення ефективності роботи [18]. Ця класифікація допомагає зрозуміти, як різні туристичні фірми підходять до впровадження інновацій і які стратегії вони використовують для збереження конкурентоспроможності.

Туристичні фірми, які впровадили інноваційні підходи у свою діяльність, відзначають, що створення та просування нового туристичного продукту є не лише бажаною, але й необхідною складовою успішної діяльності організації. Здійснюючи інноваційну діяльність, компанія повинна спиратися на попередній досвід та накопичені знання. Реалізацію нових ідей і розвиток нових напрямків туризму слід розпочинати лише після ретельного аналізу та вивчення форм і методів роботи як у минулому, так і в теперішньому часі. Одним із найскладніших аспектів у визначенні цілей інновацій є прогнозування їхніх наслідків і значущості впроваджуваних нововведень [12].

Для визначення цілей компанії необхідно, в першу чергу, розробити інноваційну політику. Основними принципами такої політики є:

1. Постійний розвиток інноваційного потенціалу підприємства, що включає безперервне навчання, самостійні дослідження та створення умов для впровадження інновацій.

2. Задоволення й стимулювання попиту серед постійних і потенційних клієнтів шляхом розробки принципово нових або вдосконалених товарів і послуг, а також розширення ринків збуту.

3. Комплексний підхід, що передбачає тісний взаємозв'язок і взаємне посилення технічних, економічних і соціальних інновацій.

4. Активізація й залучення персоналу до інноваційної діяльності.

5. Економічне заохочення працівників для підвищення їхньої мотивації.

6. Урахування ризиків, оскільки більший ризик зазвичай пов'язаний із вищим потенційним економічним результатом від реалізації інновацій.

У сучасних умовах постійно змінюваної ринкової ситуації інновації мають бути спрямовані на максимально повне задоволення потреб клієнтів компанії. Кожен створений продукт необхідно розглядати як об'єкт для постійного вдосконалення. Однак ухвалення рішення про впровадження інновації не завжди означає заміну існуючого продукту новим.

Інноваційні підходи часто виникають із прагнення продовжити життєвий цикл продукту шляхом поліпшення його характеристик. Це може бути реалізовано шляхом додавання нових функцій до вже існуючого продукту. Під час розробки нового або вдосконалення наявного продукту (послуги) важливими аспектами є його конкурентні переваги порівняно з аналогічними продуктами чи можливими заміниками, визначення цільового сегмента ринку, адаптація і зміна систем збуту, а також загальні витрати на розробку, виробництво та реалізацію.

Переваги впровадження інновацій у туристичному бізнесі:

- збільшення лояльності клієнтів через унікальний досвід;
- оптимізація внутрішніх процесів та зниження витрат;
- розширення цільової аудиторії завдяки цифровим каналам;

- підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Враховуючи ці особливості, туристичні компанії повинні створювати стратегії інноваційного розвитку, що базуються на сучасних тенденціях і потребах споживачів.

Впровадження інновацій у сфері обслуговування є складним і специфічним процесом, який охоплює кілька напрямків: впровадження нововведень; якісні зміни в існуючому туристичному продукті; підвищення ефективності роботи туристичної інфраструктури; управління сталим функціонуванням та розвитком регіонального туризму і гостинності, а також процесами формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивні зміни у факторах виробництва; підвищення іміджу та конкурентоспроможності туристичних підприємств. Створення інноваційного продукту є важливим фактором для розвитку туризму.

### 1.3 Сучасні тренди у використанні інноваційних технологій в туристичних послугах

Інновації у сфері туризму повинні сприяти сталому розвитку туристичних підприємств регіону. Для досягнення цієї мети слід впроваджувати новаторські рішення в економічну та технологічну основу послуг, розширювати асортимент туристичних продуктів і готельних сервісів, залучати нові туристичні ресурси, а також використовувати сучасні технології та методи роботи.

Успіх інноваційної діяльності залежить від формування конкурентоспроможної інноваційної культури, яка має бути невід'ємною частиною міцної організаційної культури підприємства, та стимулювання творчої активності персоналу.

Цифрові інноваційні технології відіграють ключову роль у розвитку

туристичної інфраструктури, надаючи нові можливості для покращення сервісу, екологічності, безпеки та зручності для туристів. Впровадження таких технологій дозволяє не лише вдосконалити наявні туристичні послуги, але й створювати принципово нові напрями розвитку галузі [27].

В таблиці 1.6 наведено сучасні, різноманітні види технологічних інновацій, що спрямовані на розвиток туристичної галузі.

У кожного виду інновацій виділено специфічні переваги, які сприяють:

- підвищенню екологічності (водневе паливо, дороги з сонячними батареями);
- економії часу (прискорені туристичні доріжки, безпілотні автобуси);
- покращенню зручності для туристів (розумні номери, інтерактивні карти, гугл-мобіль);
- розвитку нових напрямків (космічні подорожі, віртуальна реальність);
- залученню туристів (дрони для зйомки з висоти, розумні браслети) [16].

Таблиця 1.6 - Застосування цифрових інноваційних технологій для удосконалення туристичної інфраструктури

| Вид інновації   | Країни використання                         | Переваги   |
|---|---|--|
| Безпілотні автобуси   | Японія, США, Данія, Франція, ОАЕ            | Економія часу, покращення безпеки на дорозі, зменшення викидів шкідливих речовин.  |
| Водневе паливо  | Німеччина, Японія, США, Китай, Ісландія     | Екологічність, ефективність використання енергії, зменшення залежності від нафти.  |
| Дороги з сонячними батареями                                    | Франція, Німеччина, Італія, Китай, Індія    | Екологічність, генерація енергії, зменшення викидів CO <sub>2</sub> .  |
| Гугл-мобіль   | США, Європейський союз                      | Доступність інформації про місцевість, зручність для туристів, покращення навігації.   |
| Корабель для космічних подорожей                                | США, Росія, ЄС, Китай                       | Розвиток космічного туризму, новий вид подорожей, розвиток космічних технологій.   |
| Прискорені рухомі туристичні доріжки                            | Японія, США, Китай, ЄС                      | Економія часу, зручність для туристів, покращення доступності для людей з обмеженими можливостями.                             |
| Розумні готельні номери   | США, Японія, Китай, Франція, Великобританія | Можливість налаштування номера під персональні потреби клієнта, забезпечення максимального комфорту.                           |
| Інтерактивні туристичні мапи                                    | США, Франція, Великобританія, Італія        | Зручний пошук місцевості та орієнтування в незнайомому місці.  |
| Використання дронів для зйомки відео з висоти                   | Нова Зеландія, Канада, Японія               | Потужний засіб маркетингу, приваблення туристів до місцевості.   |
| Розумні браслети та інші пристрої для відстеження руху туристів | США, Японія, Китай, Франція                 | Можливість відстеження маршруту туристів та аналізу їхньої поведінки для покращення та оптимізації туристичної інфраструктури. |
| Використання віртуальної реальності для екскурсій               | США, Китай, Японія, Франція                 | Можливість відвідування віддалених туристичних місць, які можуть бути недоступні в реальному житті.                            |

Окрім зазначених раніше технологій, у світі розроблено й інші сучасні рішення для туризму та транспорту, які представлені в таблиці 1.7. Ці технології сприяють розвитку туристичної інфраструктури, роблячи її більш інноваційною, зручною та інтерактивною для користувачів. Цифрові інноваційні технології активно впроваджуються в різні сфери туризму та транспорту, покращуючи ефективність і досвід споживачів.

Таблиця 1.7 - Інноваційні технології для удосконалення сфери туризму

| Вид інновації                               | Сфера використання        | Опис  |
|---|---------------------------|---|
| Оптичні датчики для поїздів                 | Транспорт                 | Система відслідковування позиції та швидкості поїзда з використанням оптичних датчиків.                                 |
| Чат-бот hut-telebot                         | Готельний бізнес          | Чат-бот для автоматичної обробки запитів гостей готелю.   |
| Стимулятор просторового контексту cycleSpex | Культурно-історичні місця | Апаратний комплекс для створення віртуальної реальності, що дозволяє відтворювати історичні події в динаміці.           |
| Bestmile                                    | Транспорт                 | Система автоматизованого управління автономними транспортними засобами.   |
| FairticAQ                                   | Туризм                    | Платформа для моніторингу рівня повітряного забруднення в туристичних містах.   |
| AR-технології                               | Музеї та історичні місця  | Технології доповненої реальності, що дозволяють створювати інтерактивні експозиції та туристичні маршрути.              |
| VR-технології                               | Туризм                    | Віртуальна реальність, що дозволяє туристам відвідувати віддалені місця та подорожувати у найвіддаленіші куточки світу. |

Інноваційні технології суттєво впливають на розвиток туристичної індустрії, трансформуючи способи надання послуг та створюючи нові можливості для взаємодії з клієнтами. Сучасні тренди в цій сфері демонструють прагнення до інтеграції технологій, що забезпечують персоналізацію, зручність та унікальний досвід для туристів.

Таблиця 1.8 – Сучасні інноваційні тренди в туристичних послугах

| Сфера | Інновація                       | Опис   |
|-------|---------------------------------|--|
|       | Онлайн-платформи для бронювання | Використання платформ, таких як Booking.com, Airbnb, TripAdvisor, для зручного пошуку та бронювання житла, |

|   |                                   |  |
|---|-----------------------------------|--|
| Цифровізація процесів бронювання та оплати              | Мобільні додатки                  | авіаквитків, екскурсій.<br>Інтеграція функцій бронювання, оплати та управління подорожами у єдиному мобільному інтерфейсі. |
|   | Штучний інтелект (AI) у чат-ботах | Віртуальні асистенти, які допомагають туристам з вибором турів, готелів та транспорту.                                     |
| Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) | Попередній огляд місць            | Віртуальні тури по готелях, музеях, пам'ятках.   |
|   | Доповнена реальність              | Інтерактивні карти, що допомагають туристам орієнтуватися у реальному часі.  |
|   | Гейміфікація                      | Використання AR для створення інтерактивних квестів або унікальних маршрутів.  |
| Інтернет речей (IoT)                                    | Розумні готелі                    | Використання IoT для автоматизації управління номерами (світло, кондиціонер, замки).                                       |
|   | Цифрові помічники                 | Смарт-гаджети, що надають персоналізовану інформацію про подорожі.   |
| Штучний інтелект та аналіз даних                        | Персоналізація послуг             | AI аналізує дані користувачів для створення індивідуальних пропозицій.   |
|   | Прогнозування попиту              | Використання аналітики для управління ціноутворенням і пропозиціями.   |
|   | Рекомендаційні системи            | Пропозиції, засновані на попередніх уподобаннях туристів.  |
| Екологічні інновації                                    | Сталий туризм                     | Розробка екотурів, використання відновлюваних ресурсів у туристичних об'єктах.   |
|   | Цифровий контроль викидів         | Моніторинг екологічного сліду подорожей.   |
| Блокчейн-технології                                     | Безпечні платежі                  | Децентралізовані транзакції для забезпечення прозорості та захисту.  |
|   | Верифікація документів            | Використання блокчейну для безпечного зберігання паспортних даних та віз.  |
|   | Програми лояльності               | Створення цифрових токенів для винагороди клієнтів.  |
| Гейміфікація туристичних послуг                         | Інтерактивні квести та тури       | Поєднання гри та подорожі для залучення молодшої аудиторії.  |
|   | Сертифікати за досягнення         | Мотивування туристів до виконання певних завдань під час подорожей.  |
| Розвиток мобільних технологій                           | Геолокаційні сервіси              | Додатки, що пропонують маршрути, найближчі пам'ятки та ресторани.  |
|   | Мобільні квитки                   | Відмова від паперових квитків на користь цифрових.   |
| Соціальні мережі та контент-маркетинг                   | Вплив інфлюенсерів                | Просування туристичних продуктів через блогерів і лідерів думок.   |
|   | Туристичні хештеги                | Популяризація напрямків через інтерактивність у соціальних мережах.  |
|   | Планування подорожей              | Автоматизовані інструменти для   |

|                               |                |   |
|-------------------------------|----------------|---|
| Генеративний штучний інтелект |                | створення маршрутів і списків пам'яток.                         |
|                               | Віртуальні гід | AI-гайди, які можуть супроводжувати туристів під час подорожей. |

Сучасні інноваційні технології трансформують туристичний бізнес, забезпечуючи зручність, персоналізацію та інтерактивність послуг. Тренди у використанні технологій відкривають нові можливості для залучення клієнтів і зміцнення конкурентних позицій компаній. Туристичні компанії, які адаптуються до цих змін, отримують перевагу у швидкозмінному ринковому середовищі.

## РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА «АКВАМАРИН ТУР» У КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ

### 2.1 Характеристика діяльності ТА «Аквармарин Тур»: організаційна структура, клієнтська база, основні напрями роботи

Туристичне агентство «Аквармарин Тур» є сучасним підприємством, що спеціалізується на наданні комплексних туристичних послуг. Воно функціонує у місті Хмельницькому під керівництвом ФОП Прокопюк Н.І. Діяльність агентства спрямована на задоволення різноманітних потреб клієнтів у сфері туризму, орієнтуючись на якість обслуговування, індивідуальний підхід та ефективну організацію подорожей.

Туристична агенція «Аквармарин Тур», що знаходиться за адресою IQ Center, Зарічанська 13Б, офіс 305, Хмельницький, Україна (рис.2.1.), є одним із представників туристичної індустрії, яке пропонує широкий спектр послуг для своїх клієнтів. Нижче наведена характеристика основних аспектів діяльності цього туристичного агентства:

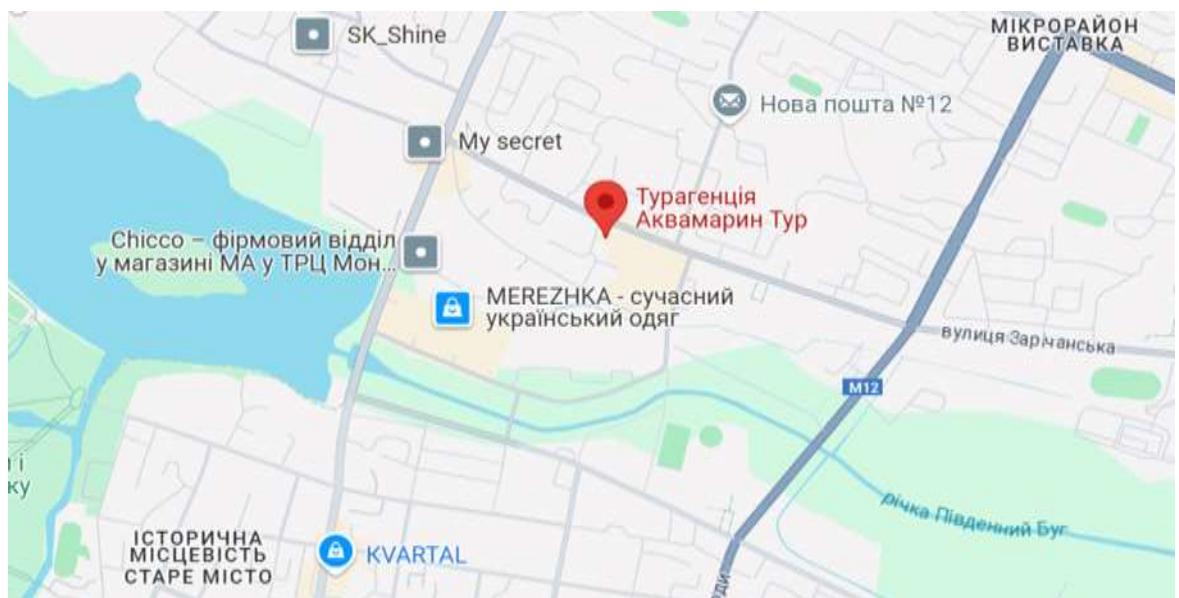


Рисунок 2.1 – Місце розташування ТА «Аквармарин Тур»

ТА «Аквамарин Тур» є приватним підприємством. Це означає, що агентство має індивідуальну організаційну структуру, де управління та прийняття рішень сконцентровані в руках одного засновника, яка відповідає за всі фінансові та операційні аспекти компанії. Окрім засновника, у складі компанії працюють менеджери з продажу, консультанти.

ТА «Аквамарин Тур» має чітко визначену організаційну структуру, яка включає:

Керівника – Наталю Прокопюк, що відповідає за стратегічне управління, встановлення партнерських зв'язків та контроль за роботою агентства.

Менеджерів з туризму, які займаються консультуванням клієнтів, підбором турів, оформленням документів та вирішенням організаційних питань.

Бухгалтера, відповідального за фінансовий облік та контроль за грошовими операціями.



Рисунок 2.2 - Організаційна структура ТА «Аквамарин Тур»

Клієнтська база ТА «Аквамарин Тур» складається з широкого кола туристів, як індивідуальних, так і групових, які шукають різноманітні туристичні послуги. Це можуть бути як сімейні тури, так і подорожі для молоді чи корпоративні поїздки. В основному клієнти агентства – це мешканці м.

Хмельницького та прилеглих населених пунктів, але завдяки наявності сучасних онлайн-платформ, послуги агентства можуть бути доступні для туристів з інших регіонів.

Агентство орієнтується на широкий сегмент клієнтів, до якого входять:

- сім'ї, які бажають відпочити на морських курортах;
- молодіжні групи, що шукають пригодницькі або активні тури;
- ділові клієнти, зацікавлені у бізнес-подорожах;
- туристи, які бажають організувати індивідуальні екскурсії або тематичні тури.

тури.

Клієнтська база агентства постійно розширюється завдяки рекомендаціям задоволених клієнтів та активній маркетинговій діяльності (рис.2.3.).



Рисунок 2.3 – Логотип ТА «Аквамарин Тур»

ТА «Аквамарин Тур» надає наступні основні послуги:

Продаж туристичних путівок – компанія займається організацією відпочинку як в Україні, так і за кордоном, зокрема пропонує тури на море, екскурсії, активний відпочинок, а також пропозиції для сімей, молоді та корпоративних клієнтів.

Організація групових турів – агентство спеціалізується на створенні

групових турів до різних країн, забезпечуючи комфорт та якісне обслуговування.

Готельні бронювання та трансфери – крім цього, «Аквамарин Тур» надає послуги з бронювання готелів, організації трансферів до місць відпочинку.

Візова підтримка – агентство також пропонує консультації та допомогу в оформленні віз для подорожей за кордон.

Корпоративні тури та ділові поїздки – «Аквамарин Тур» займається організацією поїздок для бізнесменів, в тому числі корпоративних турів і ділових зустрічей.

Будь-які напрямки та країни, від простих до складних маршрутів, тропічні узбережжя та гірські вершини, спокійний чи активний відпочинок – клієнти можуть обирати та експериментувати. Завдяки високій кваліфікації менеджерів, які допоможуть підібрати ідеальний відпочинок для будь-кого (табл.2.1.).

Таблиця 2.1 - Основні послуги ТА «Аквамарин Тур»

| Послуга  | Час реалізації            | Опис   |
|--|---------------------------|--|
| Бронювання авіаквитків                         | Під час консультації      | Залежить від напрямку і доступних рейсів         |
| Бронювання готелів                             | Під час консультації      | Вибір готелів по типу проживання та розташуванню |
| Відпочинок на морі                             | Сезонно, круглий рік      | Літній відпочинок на пляжах та курортах          |
| Різноманітні автобусні тури                    | В залежності від маршруту | Тури по країні та за кордон на автобусах         |
| Гірськолижні тури                              | Зимовий сезон             | Тури на гірськолижні курорти по всьому світу     |
| Підбір різноманітних пакетних турів            | За запитом                | Індивідуально підібрані тури з усіма послугами   |
| Оздоровлення та лікування в санаторіях України | Цілорічно                 | Спеціалізовані курорти для відновлення здоров'я  |
| Віезд на лікування за кордон                   | За запитом                | Підбір медичних закладів за кордоном             |
| Відпочинок в межах області                     | Круглий рік               | Локальні тури для коротких поїздок               |
| Тури вихідного дня                             | Щотижня, по вихідних      | Короткострокові екскурсії та відпочинок          |

|                         |                         |   |
|-------------------------|-------------------------|---|
| Морські круїзи          | В залежності від сезону | Круїзи по морях і океанах, тривалість на вибір        |
| Тури в екзотичні країни | Сезонно, круглий рік    | Відпочинок в тропіках, Африці, Азії                   |
| Індивідуальні тури      | За запитом              | Персоналізовані тури, відповідно до потреб клієнта    |
| Усі види страхування    | Під час бронювання      | Медичне, туристичне, майнове та інші види страхування |

ТА «Аквамарин Тур» активно розвивається на ринку туристичних послуг, надаючи широкий спектр послуг для різних категорій клієнтів, орієнтуючись на якісне обслуговування, надійність та зручність для своїх туристів. Агентство має стабільну організаційну структуру та активно розширює свою клієнтську базу, завдяки чому займає свою нішу на туристичному ринку м. Хмельницького.

## 2.2 Дослідження використання інноваційних підходів у роботі ТА «Аквамарин Тур»

Дослідження використання інноваційних підходів у роботі туристичної агенції «Аквамарин Тур» дозволяє виявити, як компанія інтегрує новітні технології та методи для підвищення ефективності своєї діяльності.

Здатність і готовність туристичного підприємства до інноваційних змін безпосередньо залежить від його інноваційного потенціалу, який, в свою чергу, визначається його вартістю. Рівень інноваційного потенціалу є ключовим параметром, що оцінює всі можливості діяльності підприємства і визначає напрямок його інноваційного розвитку в рамках стратегічного плану.

Оцінка ефективності інноваційної діяльності ТА «Аквамарин Тур» проводиться за допомогою комплексу показників, які включають: ефективність туристичної діяльності, що оцінюється через підвищення якості наданих послуг та продуктивності роботи підприємства; зростання чистого доходу від реалізації

туристичних послуг, зменшення витрат та економію капітальних вкладень; ефективність інвестицій, що оцінюється через економічний ефект, період окупності капітальних інвестицій і рентабельність капіталовкладень; а також фінансові результати, що вимірюються зміною чистого прибутку.

Зробимо аналіз оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства «Аквамарин Тур» (табл.2.2) [24].

Таблиця 2.2 - Оцінка інноваційного потенціалу ТА «Аквамарин Тур»

| Показник   | 2022   | 2023   | 2024   |
|--|--------|--------|--------|
| Права на комерційні позначення, права на об'єкти промислової власності, авторське право та суміжні з ним права | 958    | 939    | 960    |
| Нематеріальні активи   | 19334  | 15888  | 20000  |
| Приріст застосованих інноваційних ресурсів   | 13200  | 7000   | 10000  |
| Приріст обсягу реалізації послуг   | 260500 | 123200 | 300000 |
| Вартість введених основних фондів  | 94899  | 89107  | 100000 |
| Середньорічна вартість основних фондів   | 308103 | 303382 | 310000 |
| Обсяг реалізації нових послуг  | 17800  | 16400  | 21000  |
| Загальний обсяг реалізації послуг  | 620700 | 451200 | 700000 |
| Витрати на інноваційну діяльність  | 9899   | 9708   | 11000  |
| Загальний обсяг витрат   | 364900 | 363600 | 370000 |
| Коефіцієнт забезпеченості інтелектуальною власністю  | 5,10   | 5,19   | 5,5    |
| Середня частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва  | 0,05   | 0,54   | 0,6    |
| Коефіцієнт освоєння нової техніки  | 30,8   | 29,5   | 31,5   |
| Коефіцієнт освоєння нової продукції  | 2,2    | 0,8    | 2,5    |
| Коефіцієнт інноваційного зростання   | 2,71   | 2,67   | 2,8    |

Отже, бачимо невелике відновлення у 2024 році завдяки зростанню інноваційної активності і розширенню асортименту послуг. Агенство, за 3 роки війни, почало відновлювати інноваційну діяльність. Значне покращення до 2024 року завдяки інвестиціям у розвиток інтелектуальної власності (наприклад, нові

технології або брендинг). Спостерігаємо також, стабільне зростання завдяки реалізації інноваційних проєктів і інтеграції нових технологій в бізнес-процеси; покращення через активне застосування інноваційних технологій для залучення нових клієнтів і розширення на нові ринки.

Цей аналіз орієнтований на розвиток інноваційної діяльності в агентстві та підтримку сталого розвитку через нові послуги, технології та інвестиції в інтелектуальну власність.

Проаналізуємо показники оцінки реалізації інноваційного потенціалу ТА «Аквamarin Тур», їх наведено в табл. 2.3 [22].

Таблиця 2.3 - Показники оцінки реалізації інноваційного потенціалу ТА «Аквamarin Тур»

| Показник   | 2022   | 2023   | 2024   |
|--|--------|--------|--------|
| Права на комерційні позначення, права на об'єкти промислової власності, авторське право та суміжні з ним права | 958    | 939    | 980    |
| Поточні зобов'язання   | 222680 | 230000 | 220000 |
| Запаси   | 135    | 140    | 145    |
| Обсяг реалізації нових послуг  | 17800  | 20000  | 22000  |
| Чистий прибуток  | 145825 | 180000 | 250000 |
| Коефіцієнт поточної ліквідності інноваційної діяльності  | 0,45   | 0,46   | 0,5    |
| Коефіцієнт критичної ліквідності інноваційної діяльності   | 0,39   | 0,40   | 0,42   |
| Рентабельність інноваційної діяльності   | 0,05   | 0,07   | 0,12   |

Отже, маємо зростання обсягу реалізації нових послуг на 2023 рік та подальше покращення в 2024 році завдяки впровадженню інноваційних продуктів і поліпшеному маркетинговому підходу. Збільшення чистого прибутку в 2023 році, з подальшим суттєвим зростанням у 2024 році завдяки високому попиту на нові інноваційні послуги та покращенню ефективності діяльності.

Ці дані відображають позитивну динаміку реалізації інноваційного

потенціалу ТА «Аквамарин Тур», спрямовану на поліпшення фінансових та операційних показників, зокрема через інвестиції в нові технології та послуги.

Проведемо аналіз сильних і слабких сторін, можливостей та загроз ТА «Аквамарин Тур» (табл.2.4.). ТА «Аквамарин Тур» не займає лідерські позиції на ринку, але пропонує високоякісні та професійні послуги в сегменті туристичних турів по Україні та Європі. Основною загрозою для компанії є агресивна маркетингова стратегія конкурентів, спрямована на розширення ринку туристичних послуг [15].

Таблиця 2.4 - Аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз туристичного агентства «Аквамарин Тур» за методом SWOT

| Категорія      | Аналіз  |
|----------------|---|
| Сильні сторони | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Широкий асортимент послуг: авіаквитки, готелі, автобусні та гірськолижні тури, морські круїзи тощо.</li> <li>-Зростаючий попит на інноваційні послуги (онлайн-бронювання, персоналізація турів).</li> <li>-Високий рівень професіоналізму та досвіду співробітників.</li> <li>-Стабільна клієнтська база.</li> </ul>  |
| Слабкі сторони | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Залежність від економічної ситуації та зовнішніх факторів (кризи, пандемії, політичні ризики, військові дії).</li> <li>-Недостатнє інвестування в новітні технології та інноваційні рішення в порівнянні з конкурентами.</li> <li>-Обмеженість у просуванні бренду на міжнародних ринках.</li> </ul>  |
| Можливості     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Розширення асортименту турів, зокрема екзотичних, індивідуальних, та екологічних турів.</li> <li>-Розвиток онлайн-сервісів та мобільних додатків для зручності клієнтів.</li> <li>-Зростаючий попит на туризм для здоров'я та оздоровчі послуги, у тому числі лікування за кордоном.</li> <li>-Можливість співпраці з міжнародними туроператорами для розширення географії послуг.</li> </ul>           |
| Загрози        | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Сильна конкуренція серед туристичних агентств, як на місцевому, так і на міжнародному ринку.</li> <li>-Вплив непередбачуваних криз (економічних, політичних, пандемічних), які можуть знизити попит на тури.</li> <li>-Зміни в законодавстві та підвищення податків на туристичні послуги.</li> <li>-Ризик втрати лояльності клієнтів через незадоволення сервісом або зміни в умовах ринку.</li> </ul> |

Цей аналіз дозволяє побачити як сильні сторони агентства, які створюють конкурентні переваги, так і потенційні слабкості, які можуть обмежити розвиток. Можливості показують, куди може рухатись агентство для зміцнення позицій на ринку, в той час як загрози підкреслюють фактори, що можуть вплинути на стабільність і розвиток бізнесу.

Інновації в туристичному бізнесі сприяють покращенню обслуговування клієнтів, оптимізації процесів і залученню нових споживачів. Ось кілька напрямків, у яких ТА «Аквамарин Тур» може застосовувати інноваційні підходи:

1. Цифрові технології в управлінні - Онлайн-бронювання та автоматизація процесів: Використання сучасних платформ для бронювання турів, готелів та авіаперельотів допомагає «Аквамарин Тур» ефективно організовувати процеси та зменшити людські помилки. Веб-сайт і мобільні додатки дозволяють клієнтам безпосередньо здійснювати замовлення, переглядати доступні пропозиції, а також отримувати актуальні ціни та акції. CRM-системи: Використання систем для управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дозволяє зберігати інформацію про вподобання та потреби кожного клієнта, що дозволяє персоналізувати пропозиції та здійснювати ефективне маркетингове просування.

2. Віртуальні технології - Віртуальні тури та AR/VR технології: Для залучення потенційних клієнтів ТА «Аквамарин Тур» може впроваджувати технології доповненої реальності (AR) або віртуальної реальності (VR). Це дозволить клієнтам "відвідати" готелі, курорти чи екскурсії до поїздки, що може збільшити їх зацікавленість і ймовірність покупки. Інтерактивні карти та мобільні додатки: Використання інтерактивних карт і мобільних додатків дозволяє клієнтам легко знаходити інформацію про туристичні маршрути, пам'ятки та додаткові послуги під час подорожі.

3. Інновації в маркетингу - Соціальні медіа та цифровий маркетинг: Активне використання соціальних мереж та онлайн-реклами для просування продуктів та послуг дозволяє досягати більш широкої аудиторії. Окрім цього,

контент-маркетинг, інфлюенсери та блогери можуть допомогти збільшити впізнаваність бренду серед цільових груп. Індивідуальний підхід до клієнта: Завдяки інноваційним інструментам аналітики та персоналізованим рекомендаціям, агентство може пропонувати спеціальні пропозиції для клієнтів, ґрунтуючись на їхніх уподобаннях, що сприяє підвищенню лояльності та задоволеності.

4. Екологічні та технологічні інновації - Екологічні тури та зелені сертифікати: Все більша увага приділяється сталому розвитку, що включає екологічно чисті тури та пропозиції, що сприяють охороні навколишнього середовища. Агентство може просувати тури до екологічно чистих регіонів або співпрацювати з готелями та перевізниками, які дотримуються еко-стандартів. Інновації в транспорті: Використання екологічних засобів транспорту, таких як електричні автобуси чи навіть безпілотні автомобілі, може стати додатковим аспектом розвитку пропозицій, що виділяють агенцію серед конкурентів.

5. Інновації в обслуговуванні клієнтів - Чат-боти та автоматизація сервісів: Чат-боти можуть значно покращити процес взаємодії з клієнтами, забезпечуючи автоматичні відповіді на запитання щодо турів, бронювання, послуг, а також вирішення стандартних проблем без участі персоналу. Оцінка задоволеності клієнтів та аналіз відгуків: Використання онлайн-платформ для збору відгуків від клієнтів та оцінки їх задоволеності дозволяє постійно вдосконалювати якість обслуговування.

6. Інновації в продукті - Нестандартні туристичні продукти: Пропозиція нестандартних турів, таких як культурні екскурсії, гастрономічні подорожі, тури для активних відпочивальників або індивідуально розроблені маршрути може стати важливою частиною інноваційної стратегії туристичного агентства. Розширення послуг для певних цільових груп: Пропонування послуг для певних категорій туристів, наприклад, для сімей з дітьми, людей похилого віку або для бізнес-туристів [31].

Використання інноваційних підходів у роботі ТА «Аквамарин Тур»

дозволяє не тільки підвищити ефективність бізнес-процесів, але й забезпечити високу якість обслуговування клієнтів, а також утримувати конкурентні переваги на туристичному ринку. Своєчасне впровадження нових технологій допомагає агентству залишатися на передовій інноваційної діяльності в галузі туризму.

### 2.3 Аналіз ефективності застосування інноваційних технологій у наданні туристичних послуг

Розвиток цифрових, інтелектуальних та віртуалізаційних технологій стимулює інтеграцію онлайн- та офлайн-туризму, віртуального досвіду та реальності, а також ідей і технологій для їх впровадження. Це, в свою чергу, сприяє трансформації туризму в таку собі смарт-систему, яка вирізняється безпекою та економічністю (рис.2.4.). На нашу думку, ця система набуває характеристик, які відсутні у окремих традиційних чи інноваційних елементах, але стають очевидними у їх поєднанні та взаємодії. Саме ці характеристики визначають майбутні напрямки розвитку туризму в певному регіоні [25].

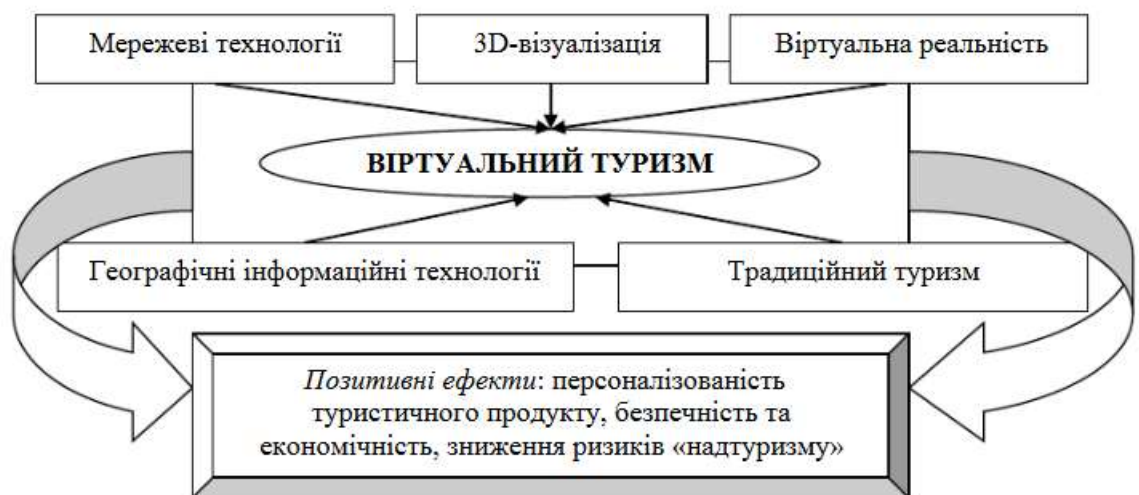


Рисунок 2.4 – Віртуальний туризм як «мікс» традиційних та цифрових технологій

Відповідно до положень Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), інноваційна діяльність у сфері туризму розвивається за трьома основними напрямками [19]:

- Організаційні інновації, що включають: впровадження нових підходів у розвитку туристичних підприємств і бізнесу, які стосуються удосконалення системи та структури управління. Це може охоплювати реорганізацію, злиття або поглинання конкуруючих компаній із використанням сучасної техніки та передових технологій. Модернізацію кадрової політики, зокрема оновлення персоналу, підвищення кваліфікації працівників, перепідготовку та розробку ефективних систем мотивації. Раціоналізацію економічної та фінансової діяльності, що передбачає запровадження новітніх форм обліку та звітності для забезпечення стійкого розвитку підприємства.

- Маркетингові інновації, спрямовані на: задоволення потреб цільових груп споживачів. Залучення нових клієнтів, які раніше не користувалися послугами підприємства, завдяки ефективним маркетинговим стратегіям.

- Продуктові інновації, які реалізуються шляхом: модифікації споживчих характеристик туристичного продукту. Покращення його позиціонування на ринку та створення конкурентних переваг. Ці напрями інноваційної діяльності сприяють зміцненню позицій туристичних підприємств на ринку та забезпечують їхній довгостроковий розвиток.

Таким чином, враховуючи наведене вище, для комплексного оцінювання ефективності інноваційної діяльності та розробки інноваційної стратегії підприємства керівник може використовувати різноманітні методи стратегічної оцінки, зокрема Space-аналіз. Цей підхід дозволяє оцінити вплив різних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Методика Space-аналізу є актуальною завдяки чіткому алгоритму, який включає оцінку умов та факторів, що впливають на впровадження інноваційних заходів. Згідно з методикою аналізу факторного впливу [35], виокремлюють наступні ключові напрями оцінки: - Фінансова сила підприємства (ФС); -

Конкурентоспроможність підприємства (КП); - Привабливість галузі (ПГ); - Стабільність галузі (СГ) [12].

Ці напрями є основою для визначення стратегічного потенціалу підприємства та формування ефективної інноваційної стратегії.

Для дослідження ключових критеріїв у кожній групі формується матриця спрямованих базових стратегій, яка відповідає базовим стратегіям і включає інноваційні стратегії. У системі координат Space будується вектор, що відображає позицію підприємств, які аналізуються. Розташування цього вектора визначає тип рекомендованої стратегії.

Результати бальної оцінки показників за ключовими критеріями представлені у відповідній таблиці (максимальний бал = 5, мінімальний = -5). Оцінювання здійснюється експертною групою (табл. 2.5).

Кожен показник, що характеризує ключові критерії, оцінювався за п'ятибальною шкалою, базуючись на порівнянні фактичних значень фінансових коефіцієнтів із їх оптимальним рівнем для підприємства, а також на основі аналізу статистичних даних про економічний стан галузі.

Результати зваженої оцінки фінансової сили туристичного підприємства «Акварин Тур» (3,0 бала) свідчать про обмежені можливості для швидкої окупності інвестицій і ефективного використання ресурсів у поточних умовах.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства (3,0 бала) демонструє значний потенціал у конкурентній боротьбі, що підкріплюється високими показниками привабливості галузі (3,3 бала). Водночас рівень її стабільності (2,6 бала) є нижчим, що пояснюється постійним впливом зовнішніх факторів, таких як політичні та економічні умови, на діяльність підприємств.

Аналіз ефективності застосування інноваційних технологій у наданні туристичних послуг дозволяє оцінити, як сучасні цифрові та технологічні інновації впливають на розвиток туристичних компаній, підвищення якості обслуговування клієнтів і загальну конкурентоспроможність на ринку.

Таблиця 2.5 - Бальна оцінка критеріїв за методом Space для туристичної агенції «АквамаринТур»

| Критерії   | Оцінка, бали | Вага | Зважена оцінка, бали |
|--|--------------|------|----------------------|
| <b>Фінансова сила підприємства (ФС)</b>          |              |      |                      |
| Рентабельність інвестицій                        | 4            | 0,3  | 1,2                  |
| Динаміка прибутку                                | 2            | 0,3  | 0,6                  |
| Рівень фінансової стійкості                      | 3            | 0,4  | 1,2                  |
| Загальна оцінка критерію                         |              |      | 3                    |
| <b>Конкурентоспроможність підприємства (КП)</b>  |              |      |                      |
| Частка підприємства на ринку                     | 2            | 0,2  | 0,4                  |
| Конкурентоспроможність продукції (послуг)        | 3            | 0,6  | 1,8                  |
| Рентабельність реалізації продукції (послуг)     | 4            | 0,2  | 0,8                  |
| Загальна оцінка критерію                         |              |      | 3                    |
| <b>Привабливість галузі (ПГ)</b>                 |              |      |                      |
| Рівень прибутковості галузі                      | 3            | 0,4  | 1,2                  |
| Ступінь впливу законодавчих змін                 | 4            | 0,3  | 1,2                  |
| Залежність розвитку галузі від кон'юнктури       | 3            | 0,3  | 0,9                  |
| Загальна оцінка критерію                         |              |      | 3,3                  |
| <b>Стабільність галузі (СГ)</b>                  |              |      |                      |
| Стабільність прибутку                            | 2            | 0,5  | 1                    |
| Рівень розвитку інноваційної діяльності в галузі | 2            | 0,3  | 0,6                  |
| Маркетингові та рекламні можливості              | 5            | 0,2  | 1                    |
| Загальна оцінка критерію                         |              |      | 2,6                  |

Для ефективного аналізу необхідно вивчити кілька ключових аспектів, на яких інновації мають найбільший вплив.

1. Покращення обслуговування клієнтів - Швидкість і доступність послуг: Використання цифрових технологій, таких як онлайн-бронювання, чат-боти та автоматизація обробки запитів, дозволяє туристичним агентствам забезпечити високий рівень доступності та швидкості обслуговування. Клієнти можуть швидко і зручно забронювати тури, без необхідності звертатися до агентства особисто, що підвищує зручність і задоволеність послугами. Індивідуалізація пропозицій: Застосування технологій для аналізу великих даних (Big Data), рекомендаційних систем і CRM-систем дає змогу туристичним компаніям надавати персоналізовані послуги. Наприклад, система може пропонувати індивідуально підібрані тури на основі історії запитів клієнта, його переваг та

уподобань.

2. Оптимізація внутрішніх процесів - Автоматизація управлінських завдань: Інновації в управлінні, такі як інтеграція ERP-систем, дозволяють автоматизувати численні внутрішні процеси, зокрема планування, управління запасами та фінансовими операціями. Це дозволяє зменшити кількість помилок, підвищити ефективність роботи персоналу і знизити витрати. Мобільні платформи та додатки: Впровадження мобільних додатків для менеджерів та клієнтів сприяє зручному управлінню турами, перегляду доступних послуг та оптимізації логістики.

3. Підвищення конкурентоспроможності - Інноваційні маркетингові стратегії: Використання цифрових каналів просування, таких як соціальні мережі, SEO, SMM, а також мобільні платформи дозволяє туристичним компаніям залучати більше клієнтів. Крім того, інноваційні стратегії маркетингу, включаючи використання інфлюенсерів, персоналізованих акцій та рекомендацій, дозволяють виділити компанію на фоні конкурентів. Аналіз ринку і споживчих тенденцій: За допомогою технологій для аналізу ринкових трендів та споживчих переваг компанії можуть своєчасно коригувати свої стратегії та адаптувати пропозиції під нові вимоги ринку.

4. Підвищення ефективності управління транспортними і готельними послугами - Оптимізація використання транспорту: Застосування інновацій, таких як GPS-системи для моніторингу транспорту, дозволяє ефективно управляти маршрутами, знижувати витрати на паливе та забезпечувати точність і своєчасність доставки клієнтів. Це покращує загальну логістику та збільшує ефективність надання послуг. Інтелектуальні системи управління готелями: Впровадження розумних систем для управління готельними номерами (наприклад, автоматизоване бронювання, електронні ключі, контроль температури, освітлення та безпеки) дозволяє підвищити комфорт і безпеку гостей, оптимізувати роботу персоналу та знижувати витрати на енергію.

5. Збільшення доходів та зниження витрат - Цифрові платежі та

інноваційні фінансові послуги: Інноваційні платіжні системи та електронні гаманці дозволяють клієнтам здійснювати безперешкодні та безпечні фінансові операції під час бронювання турів та послуг. Це зменшує витрати на обробку готівки та покращує зручність для клієнтів. Аналіз витрат і оптимізація ресурсів: Впровадження сучасних аналітичних інструментів дозволяє компаніям ретельно відслідковувати свої витрати, передбачати сезонні коливання попиту та розробляти стратегії для ефективного використання ресурсів.

6. Екологічні інновації - Екологічно чисті тури та сталий розвиток: У зв'язку зі зростаючим попитом на екологічно чистий туризм, інноваційні технології можуть сприяти пропозиціям турів до екологічно чистих регіонів, впровадженню екологічних стандартів у готелях та транспортних компаніях. Енергозберігаючі технології: Впровадження енергоефективних технологій у готелях, ресторанах та транспортних компаніях допомагає знизити витрати та покращити екологічний імідж компанії.

7. Покращення інформаційної безпеки - Захист персональних даних: Впровадження інноваційних технологій для захисту даних клієнтів, включаючи використання сучасних систем шифрування та брандмауерів, дозволяє підвищити рівень довіри з боку клієнтів, особливо коли йдеться про онлайн-транзакції та персональну інформацію [27].

Застосування інноваційних технологій у наданні туристичних послуг має значний позитивний ефект на всі аспекти діяльності туристичних компаній. Від покращення якості обслуговування клієнтів і підвищення ефективності внутрішніх процесів до зміцнення конкурентоспроможності і збільшення доходів — інновації є важливим чинником розвитку та успіху в туристичному бізнесі. Водночас, для максимізації ефективності, важливо систематично впроваджувати нові технології та постійно адаптувати їх до змін на ринку.

## РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У НАДАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА «АКВАМАРИН ТУР»

### 3.1 Основні недоліки та вдосконалення існуючих інноваційних рішень у ТА «Аквамарин Тур»

Аналіз статистичних даних щодо інноваційного туризму та впливу пандемії COVID-19 дозволив дійти висновків, що економіка більшості країн Європейського Союзу зазнала значних збитків. Водночас ця ситуація стимулювала пошук рішень для подолання кризи та розробку нових напрямів і видів туризму, спрямованих на збереження, а в майбутньому – і на зростання попиту на туристичні послуги.

Завдяки економічним ризикам, спричиненим пандемією, у туристичній галузі було впроваджено інноваційні технології, сучасні методи надання послуг, адаптовані програми підвищення кваліфікації персоналу відповідно до нових стандартів, а також виникли нові види туризму. Однак, як і у випадку боротьби з пандемією, впровадження інновацій супроводжується низкою перспектив і проблем, які можуть впливати на темпи популяризації інноваційних напрямів у світовій туристичній галузі [31].

Проблеми інноваційного туризму зображено на рисунку 3.1.

Екологічні й кліматичні катастрофи, а також політичні й військові конфлікти ускладнюють розвиток як класичного, так і інноваційного туризму. Наявність численних бар'єрів робить поступ у цій сфері неможливим до їх вирішення. Водночас саме процес подолання цих викликів, зокрема адаптація до пандемії, зростання кількості біженців через війну Росії проти України та ескалацію конфлікту між Китаєм і Тайванем, стимулює створення нових підходів, інноваційних форм туризму та розширення спектру туристичних

послуг [17].

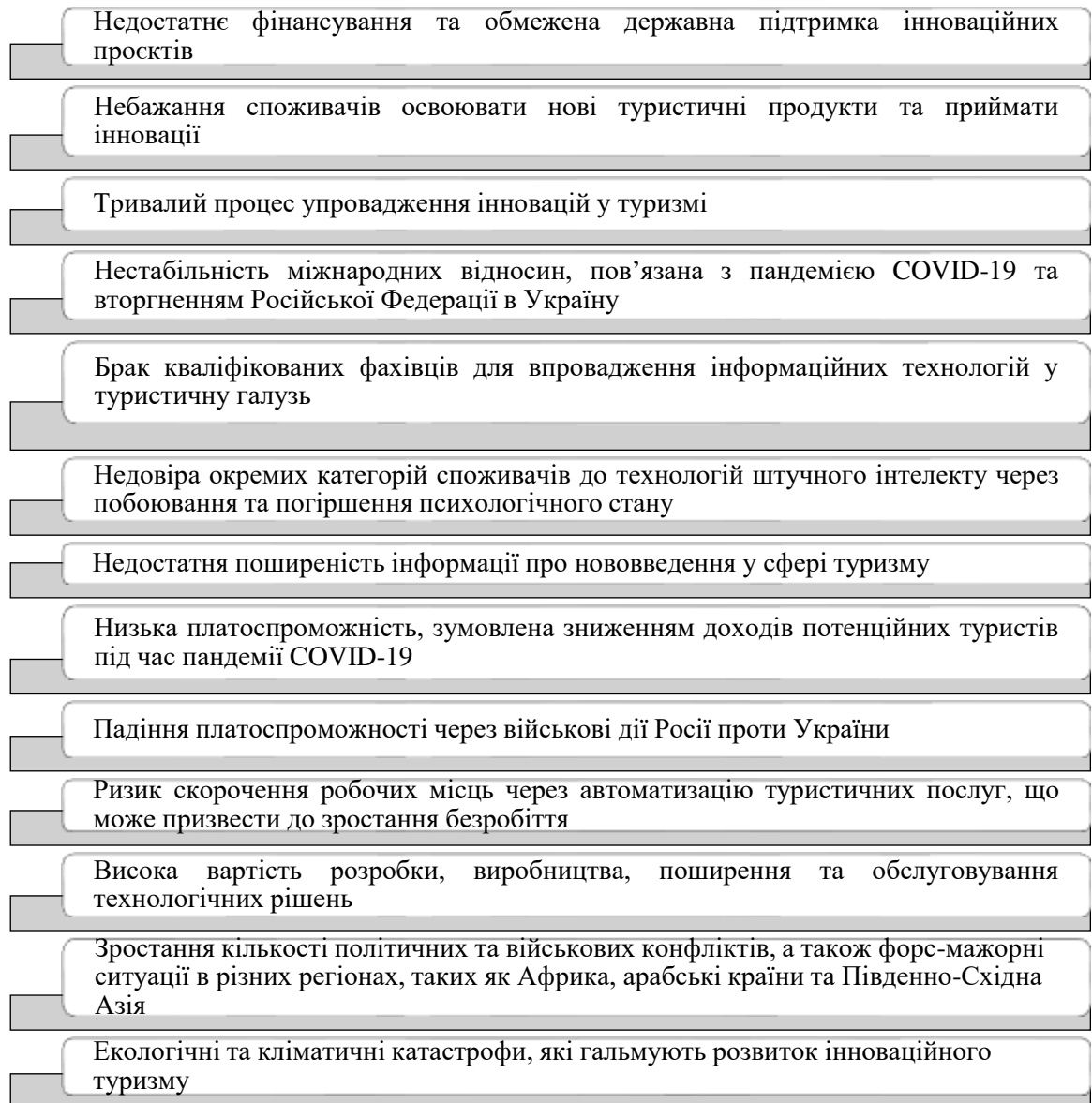


Рисунок 3.1 - Проблеми інноваційного туризму

Хоча інновації в туристичній індустрії відкривають нові можливості та покращують досвід клієнтів, вони також несуть у собі певні ризики та недоліки. Розглянемо деякі з них, які впливають безпосередньо на підприємство.

Для успішного впровадження інновацій в туристичній індустрії необхідно враховувати ці недоліки та розробляти комплексні рішення, які дозволять мінімізувати ризики та максимізувати переваги.

Таблиця 3.1. - Основні недоліки інноваційних підходів у наданні туристичних послуг

| Недолік  | Опис  |
|--|---|
| Висока вартість впровадження                   | Інноваційні рішення, такі як VR/AR-технології, мобільні додатки та автоматизація процесів, вимагають значних інвестицій у розробку та обслуговування. |
| Складність інтеграції                          | Інтеграція новітніх технологій із уже існуючими системами управління та обліку може зайняти багато часу та викликати технічні труднощі.               |
| Відсутність кваліфікованих кадрів              | Недостатня підготовка персоналу для роботи з інноваційними інструментами може знижувати ефективність їх використання.                                 |
| Низький рівень цифрової грамотності споживачів | Частина клієнтів не володіє достатніми цифровими навичками, що обмежує їх можливість користуватися інноваційними послугами.                           |
| Проблеми з інтернет-доступом                   | У віддалених регіонах чи країнах із низькою якістю інтернету ефективність впровадження цифрових технологій знижується.                                |
| Проблеми захисту даних                         | Використання інноваційних рішень, особливо онлайн-сервісів, створює ризики втрати або витоку персональної інформації клієнтів.                        |
| Опір змінам                                    | Скептичне ставлення частини клієнтів і працівників до нововведень може сповільнювати впровадження інновацій.  |
| Швидкий моральний знос технологій              | Через швидкий прогрес технологій інновації можуть швидко застарівати, потребуючи оновлення і нових інвестицій.  |
| Ризики інвестування                            | Інноваційні проекти можуть не дати очікуваного результату через зміну ринкових, політичних чи економічних умов.                                       |
| Слабка адаптація до потреб локальних ринків    | Глобальні інновації можуть бути неефективними або нерелевантними для місцевих ринків.   |
| Висока конкуренція                             | Конкуренти швидко копіюють нововведення, знижуючи їх унікальність та переваги для компанії.   |

Проаналізуємо основні недоліки існуючих інноваційних рішень у туристичному агенстві «Аквамарин Тур» (рис.3.2.).

Основні недоліки існуючих інноваційних рішень у ТА «Аквамарин Тур»:

- недостатня інтеграція цифрових технологій. Відсутність сучасного

мобільного застосунку для клієнтів. Обмежена персоналізація пропозицій на основі уподобань клієнтів через недостатнє використання Big Data та AI;

- недосконалість системи онлайн-бронювання. Складний інтерфейс платформи для бронювання, що може ускладнювати взаємодію користувачів. Відсутність можливості миттєвого онлайн-опрацювання змін у бронюванні;

- низький рівень автоматизації бізнес-процесів. Використання застарілих інструментів управління та обліку. Значна залежність від ручної роботи, що збільшує ймовірність помилок та знижує ефективність;

- обмежена маркетингова стратегія. Низька активність у просуванні через сучасні платформи соціальних мереж. Відсутність ефективної стратегії таргетованої реклами для залучення нових клієнтів;

- невисокий рівень клієнтської взаємодії. Відсутність чат-ботів та оперативної підтримки клієнтів у режимі 24/7. Низький рівень залучення клієнтів через програми лояльності та акції. таблиця або графік.

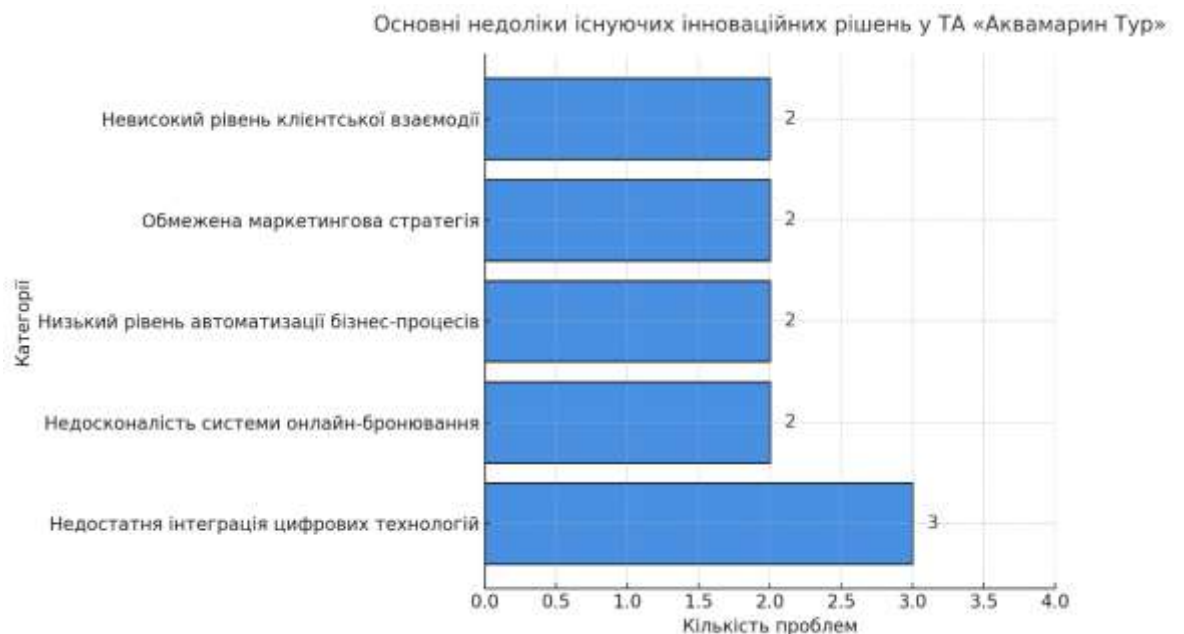


Рисунок 3.2. - Основні недоліки існуючих інноваційних рішень у ТА «Аквамарин Тур»

На основі проведеного аналізу та вивчення матеріалів, а також результатів дослідження проблем розвитку інноваційного туризму в країнах Європейського

Союзу, можна визначити такі перспективні напрями розвитку сфери інноваційного туризму (3.3.) [18].

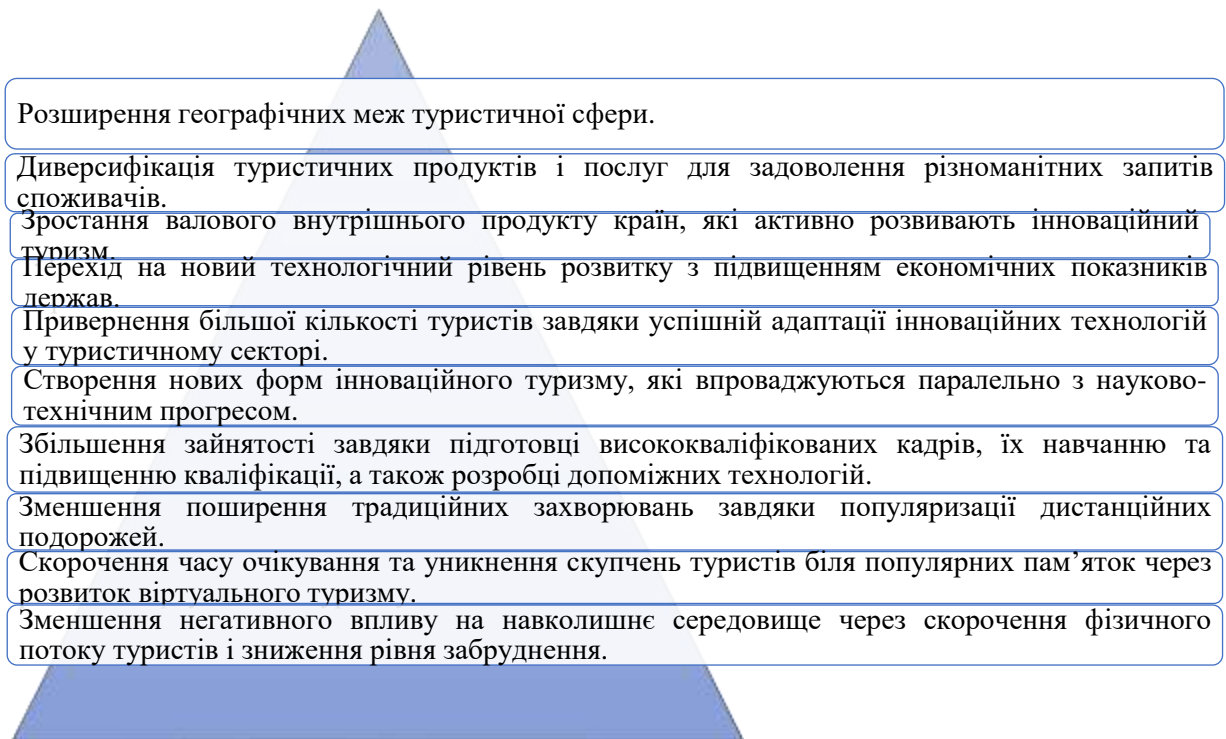


Рисунок 3.3 - Перспективні напрями розвитку сфери інноваційного туризму

Отже, проаналізувавши зовнішній вплив та зробивши аналіз внутрішнього середовища, бачимо, що на інноваційну діяльність впливають багато факторів. Тому потрібно використовувати різні шляхи вдосконалення інноваційних рішень для ТА «Аквамарин Тур».

#### 1. Впровадження сучасних цифрових технологій:

Розробка мобільного застосунку з функціями бронювання, перегляду маршрутів, відгуків та рекомендацій. Використання штучного інтелекту для аналізу даних і створення персоналізованих турів. Модернізація системи онлайн-бронювання. Створення інтуїтивно зрозумілого та адаптивного інтерфейсу для вебсайту. Впровадження функції автоматичного оновлення змін у бронюваннях із підтвердженням у реальному часі.

#### 2. Автоматизація внутрішніх процесів:

Перехід на сучасні CRM- і ERP-системи для управління клієнтами,

ресурсами та фінансами. Автоматизація створення звітів, обліку платежів та інших рутинних процесів.

### 3. Удосконалення маркетингової стратегії:

Активне використання платформ соціальних мереж для просування турів. Застосування таргетованої реклами для охоплення нових сегментів ринку.

### 4. Покращення клієнтського сервісу:

Запровадження чат-ботів для відповіді на запити клієнтів у реальному часі. Розробка програм лояльності для постійних клієнтів із можливістю отримання знижок або бонусів.

### 5. Розвиток інноваційних туристичних продуктів:

Впровадження інтерактивних турів із використанням VR/AR-технологій. Пропозиція екологічних турів із акцентом на сталий розвиток.

Такі заходи дозволять значно підвищити конкурентоспроможність ТА «Аквамарин Тур» та забезпечать стійкий розвиток компанії у сфері інноваційних технологій.

## 3.2 Обґрунтування рекомендацій та пропозицій з удосконалення популяризації інновацій у туристичних послугах підприємства ТА «Аквамарин Тур»

Щоб надати максимально ефективні рекомендації, необхідно детально розуміти:

Які саме інновації вже впроваджено? Це можуть бути технологічні рішення (мобільні додатки, віртуальна реальність), нові продукти (індивідуальні туристичні маршрути), або процеси (персоналізація обслуговування).

Яка цільова аудиторія підприємства? Розуміння потреб та інтересів клієнтів допоможе підібрати найбільш ефективні канали комунікації.

Які канали комунікації використовуються зараз? Оцінка ефективності існуючих каналів допоможе визначити, які з них варто розвивати, а які – замінити.

Який бюджет виділяється на маркетинг інновацій? Відповідно до бюджету можна підібрати оптимальний набір маркетингових інструментів.

Сформуємо графік, що візуалізує категорії рекомендацій та їх кількісне представлення у вигляді бар-чарту. Для цього кожену категорію було оцінено за числом конкретних пропозицій, які до неї входять (рис.3.4.).

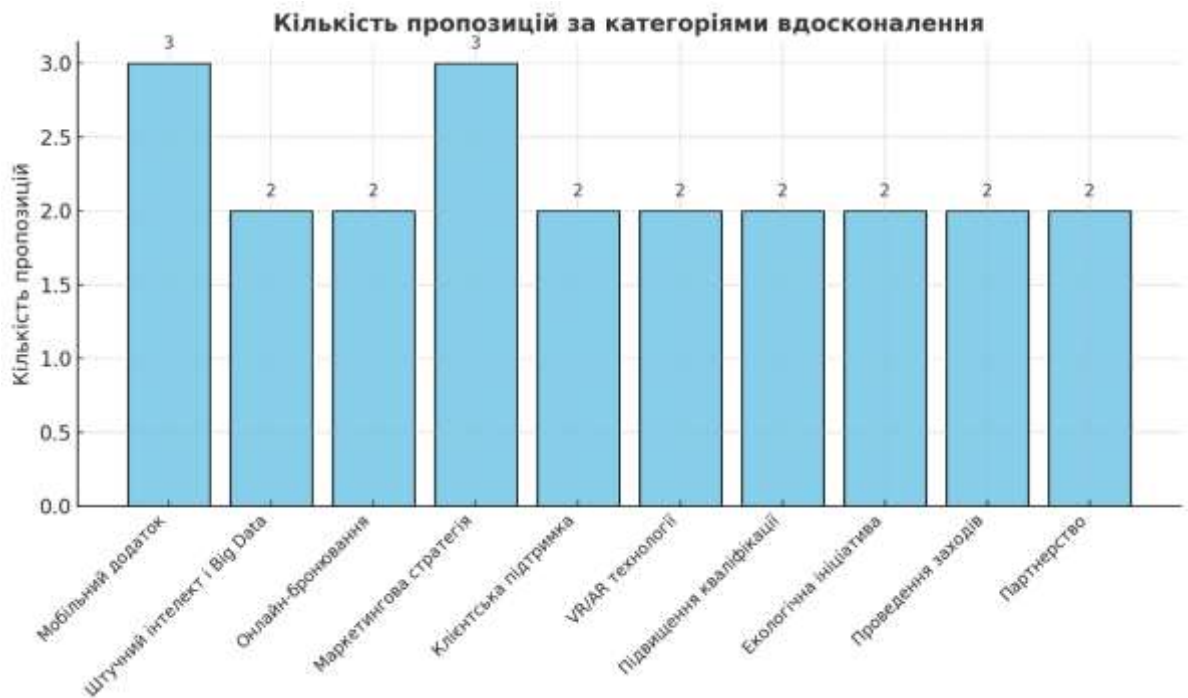


Рисунок 3.4 - Категорії рекомендацій ТА «Аквамарин Тур»

Графік ілюструє кількість пропозицій за категоріями вдосконалення інновацій у туристичних послугах ТА «Аквамарин Тур» і бачимо, що агенції потрібно звернути увагу на маркетингову стратегію, а також на технологічні рішення, тобто веб-сайт, мобільний додаток.

Ефективна маркетингова стратегія передбачає ретельний аналіз ринку. Менеджер ідентифікує цільову аудиторію, досліджує основні потреби споживачів під час вибору туристичної агенції, їхні очікування, визначає ключові цілі та розробляє рекламну стратегію. Бюджет на рекламу, який

зазвичай становить 10–20% від доходу турагентства, розраховується в межах 114–225 тисяч гривень [27].

Цільова аудиторія туристичного агентства «Аквамарин Тур» охоплює споживачів туристичних послуг, які планують відпочинок, активно шукають пропозиції в Інтернеті, а також тих, хто розглядає можливість подорожі в майбутньому. До неї належать: - жінки, діти, чоловіки, які не підлягають військовій службі, студенти, особи з інвалідністю, також можуть бути біженці, що тимчасово перебувають за кордоном; - освіта споживача не має значення - важливим є сам факт звернення, а не статус; - люди із середнім та вищим рівнем доходу. При цьому тури вартістю від 15 тисяч гривень вважаються доступними з огляду на поточну економічну ситуацію; - як сімейні клієнти з дітьми, так і без.

Агентство активно зосереджується на рекламі в Інтернеті, постійно вдосконалюючи свої сторінки у соціальних мережах і наповнюючи їх цікавим контентом для потенційних клієнтів.

Завдяки інтелектуальним технологіям, інтегрованим в Інтернет, можна автоматично збирати цінну інформацію про відвідувачів вебсайту, аналізувати їхні вподобання та пропонувати персоналізовану рекламу. Анкетні дані, які заповнюють користувачі, ще більше розширюють можливості таргетованої реклами [31].

Для оцінки ефективності розміщеної реклами в Інтернеті всі дії користувачів ретельно фіксуються в лог-файлах. Це дозволяє якісно моніторити трафік і аналізувати сильні та слабкі сторони рекламної кампанії.

Інтернет-реклама є найбільш ефективним і водночас економічно вигідним способом залучення клієнтів. Грамотно організований сервіс дозволяє користувачам замовити або скористатися послугами, що їх зацікавили, безпосередньо під час відвідування сайту.

Туристичне агентство активно використовує різні платформи для просування своїх послуг, зокрема: Instagram та Facebook, а також Telegram (для пропозицій гарячих турів) (рис.3.5.).

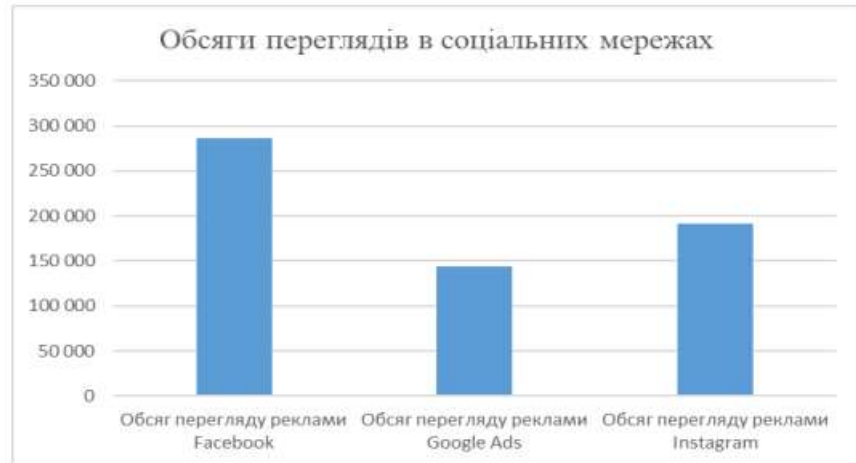


Рисунок 3.5 - Показники перегляду рекламних повідомлень в соціальних мережах

Бюджет на рекламну кампанію за місяць приблизно складає 119 тисяч гривень.

Для цифрової трансформації маркетингу потрібно створення сучасного веб-сайту із функціями інтерактивних віртуальних турів, блогів про подорожі та інтеграцією онлайн-бронювання, активне використання соціальних мереж для реклами нових послуг, акцій і спеціальних пропозицій, включаючи інтерактивний контент (відео, стріми, пости з відгуками туристів). Впровадження таргетованої реклами на основі великих даних для персоналізованих пропозицій. Використання штучного інтелекту для аналізу попиту та створення індивідуальних турів на основі вподобань клієнтів [13].

Впровадження мобільного додатка для бронювання, управління подорожами та отримання додаткової інформації. Мобільний маркетинг є одним із перспективних напрямків. Зі зростанням кількості користувачів смартфонів та інших мобільних пристроїв його значення постійно зростає. Можна застосовувати різні інструменти (рис.3.6.), такі як мобільні додатки та push-сповіщення, для ефективного охоплення своєї аудиторії через мобільні пристрої [33, с. 43].

Зокрема, створення власного мобільного додатку стає все доступнішим і не потребує значних витрат.



Рисунок 3.6 - Основні інструменти мобільного маркетингу

З огляду на зростаючу популярність смартфонів, голосові помічники також набувають важливості як засіб поширення інформації. Такі інструменти, як Amazon Alexa, Google Assistant і Apple Siri, стають дедалі більш затребуваними серед користувачів. Вони дозволяють ставити запитання та отримувати відповіді з різних тем. У туристичній галузі компанії можуть використовувати голосових помічників для сприяння клієнтам у плануванні подорожей. Наприклад, такі помічники можуть надавати інформацію про туристичні визначні місця, рекомендувати оптимальні маршрути та навіть допомагати бронювати готелі чи квитки на транспорт [21].



Рисунок 3.7 - Перелік основних сучасних методів просування туристичних послуг

Організація інтерактивних подій та акцій - проведення воркшопів і семінарів із залученням відомих експертів у галузі туризму, присвячених

новітнім тенденціям у подорожах. Організація промо-турів для блогерів та інфлюенсерів, які популяризують послуги компанії серед своїх аудиторій.

Розробка програм лояльності з інноваційними бонусами (наприклад, подарункові віртуальні тури, доступ до ексклюзивних подій тощо). Регулярне інформування клієнтів про нововведення через розсилку новин та тематичні блоги. Запровадження чат-ботів на основі ШІ для швидкого реагування на запити клієнтів у режимі 24/7. Проведення опитувань для вивчення рівня задоволеності клієнтів та отримання ідей для вдосконалення послуг (рис.3.7).

Розробка індивідуальних рішень для групових подорожей або корпоративного туризму.

Враховуючи багатство природних та соціально-економічних ресурсів України, існують значні можливості та перспективи для розвитку внутрішнього туризму як важливого напрямку туристичної діяльності. До того ж, поточна фінансова й політична криза в країні, а також нестабільна ситуація на популярних закордонних курортах спонукають українських туристів обирати подорожі всередині країни, що сприяє популяризації внутрішніх туристичних маршрутів і напрямків. На сьогодні діє велика кількість туристичних агенств, які пропонують різноманітні варіанти внутрішнього туризму [23].



Рисунок 3.8 - Структура екологічного туризму

Туристичне агентство «Аквамарин Тур» не є виключенням. Сільський туризм, природний туризм, зелений туризм, пригодницький туризм, біотуризм, туристичні садиби набувають широкого попиту (рис.3.8.).

Підтримка екологічно-орієнтованого туризму, популяризація екологічно відповідальних маршрутів та послуг. Співпраця з еко-громадами та організація турів, які сприяють збереженню природи. Запровадження цифрових ваучерів та квитків, що зменшить використання паперових матеріалів.

Таким чином, впровадження та розвиток інноваційних екологічних турів дозволить туристичному підприємству «Аквамарин Тур» ефективно реалізувати свої конкурентні переваги та зміцнити позиції на ринку.

Також варто звернути увагу на інтеграцію з міжнародними платформами - співпраця з відомими туристичними агрегаторами (Booking.com, Airbnb, TripAdvisor) для популяризації інноваційних продуктів. Створення партнерських програм із міжнародними туристичними брендами для обміну технологіями та практиками; - інноваційні формати співпраці з клієнтами - розробка послуг для віртуальних подорожей, які дозволяють отримати досвід віддалено. Створення можливостей для гейміфікації подорожей, де клієнти можуть виконувати завдання та отримувати винагороди під час подорожей. Інтеграція сервісів доповненої реальності (AR) у програми для кращого розуміння туристичних об'єктів.

Упровадження цих рекомендацій дозволить ТА «Аквамарин Тур» стати більш інноваційним, привабливим для клієнтів і конкурентоспроможним на ринку туристичних послуг.

Таблиця 3.2 – Рекомендовані пропозиції щодо удосконалення популяризації інновацій у туристичних послугах туристичного підприємства (на прикладі ТА «Аквамарин Тур»)

| № з/п | Проектна пропозиція                                     | Назва заходу                               | Зміст заходу   | Очікуваний результат                                 |
|-------|---|--|--|--|
| 1     | Маркетингова стратегія                                  | Інтернет-маркетинг                         | Розробка ефективної рекламної політики                       | Залучення споживачів<br>Збільшення доходу            |
| 2     | Мобільний додаток                                       | Мобільний маркетинг                        | впровадження інновацій та клієнтоорієнтованого підходу       | Покращення фін.показників                            |
| 3     | Впровадження та розвиток інноваційних екологічних турів | Підтримка екологічно-орієнтованого туризму | Популяризація екологічно відповідальних маршрутів та послуг. | Конкурентні переваги;<br>Зміцнення позиції на ринку. |

## ВИСНОВКИ

Впровадження інновацій є ключовим чинником розвитку туристичної галузі, що дозволяє компаніям адаптуватися до сучасних викликів ринку, підвищувати конкурентоспроможність та задовольняти зростаючі потреби споживачів.

Інноваційна діяльність у туризмі спрямована, перш за все на створення принципово нового або удосконалення наявного туристичного продукту, також освоєння нових ринків збуту, впровадження передових інформаційних технологій та сучасних форм організації й управління. Інновації є важливим чинником розвитку туризму та необхідною умовою його конкурентоспроможності.

Одним із ключових способів залучення клієнтів і збільшення прибутку є просування нового продукту або послуги. У сфері туризму такими продуктами можуть бути унікальні маршрути чи нові напрямки відпочинку. Водночас багато туристичних агенств часто з обережністю ставляться до запровадження інновацій через ризики, пов'язані з такими змінами, і прагнуть вдосконалити механізми взаємодії з клієнтами.

Хоча впровадження нововведення пов'язане з певним рівнем ризику, ефективне управління інноваціями та їх інтеграція в індустрію гостинності відіграють ключову роль у забезпеченні розвитку туристичної галузі.

Туристичне агентство «Аквамарин Тур» є сучасним підприємством, що спеціалізується на наданні комплексних туристичних послуг. Діяльність агентства спрямована на задоволення різноманітних потреб клієнтів у сфері туризму, орієнтуючись на якість обслуговування, індивідуальний підхід та ефективну організацію подорожей. Активно розвивається на ринку, надаючи широкий спектр послуг для різних категорій клієнтів. Агентство має стабільну організаційну структуру та активно розширює свою клієнтську базу, завдяки

чому займає свою нішу на туристичному ринку м. Хмельницького.

Інноваційні рішення у туристичній сфері є ключовим напрямком розвитку діяльності ТА «Акварин Тур». Використання новітніх технологій дозволяє агентству покращувати якість обслуговування клієнтів та підвищувати їхню лояльність.

Недостатня інтеграція цифрових технологій залишається одним із головних викликів. Відсутність мобільного додатку та обмежене використання Big Data і AI у персоналізації пропозицій створюють перешкоди для повноцінної реалізації потенціалу компанії. Низький рівень автоматизації бізнес-процесів та використання застарілих інструментів управління уповільнюють роботу агентства, підвищують ризик помилок і знижують ефективність операцій.

Обмежена маркетингова стратегія та недостатня активність у соціальних мережах потребують вдосконалення. Відсутність таргетованої реклами значно зменшує охоплення потенційних клієнтів.

Популяризація внутрішнього туризму є перспективним напрямком для ТА «Акварин Тур», враховуючи зростання попиту на подорожі в межах України.

Розробка та впровадження мобільного додатку з функціями персоналізації та автоматизації замовлень стане значним кроком до підвищення конкурентоспроможності агентства та покращення клієнтського досвіду.

Посилення рекламної активності в Інтернеті та використання можливостей соціальних мереж дозволить ТА «Акварин Тур» залучити ширшу аудиторію та зміцнити позиції на ринку туристичних послуг у м. Хмельницький та за його межами.

Загалом, успішне впровадження інноваційних підходів у діяльність ТА «Акварин Тур» сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності, залученню нових клієнтів та формуванню сталого розвитку агентства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безуглий І. В. Перспективні моделі організації туристичного бізнесу. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2021 Вип. 3 (149). С. 3-8. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20213\(149\)/sep20213\(149\)\\_003\\_-BezuhlyyI.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20213(149)/sep20213(149)_003_-BezuhlyyI.pdf)
2. Бондаренко Л. А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2021. №13 С. 167-173. URL: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-1782>
3. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Модель управління розвитком туристичного бізнесу території на інноваційному підході. Економічний аналіз. 2018. Т. 28. № 2. С. 9–20. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1512/6565656609>
4. Вишнеvsька Г. Впровадження інноваційних технологій в індустрії туризму. Культурологічна думка. 2017. № 11. С. 231–239. URL: [https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD11\\_Vyshnevaska.pdf](https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD11_Vyshnevaska.pdf)
5. Голод А. П., Гончаренко М. Ф., Никига О. В., Євдощенко О. В. Інноваційні засади сталого розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. Менеджер. 2020. № 4. С. 40–47. DOI: 10.35340/2308-104X.2020.89-4-05
6. Гребенюк Г. М., Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Пікуліна О. В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. Агросвіт. 2021. № 5–6. С. 57–62. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.5-6.57
7. Гризовська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. Причорноморські економічні студії, 2018. Том 26. Частина 1, с. 115-118.

8. Гриценко Н., Ліщинська І. Використання цифрових інструментів для розвитку туризму в Україні. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2022. Т. 64, № 1. С. 50–53.
9. Гулей, М., Клименко В., Кармазін Ю. Інновації в туристичній індустрії: сутність, особливості впровадження, виклики та перспектив. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. 2022. № 40. С. 51–57.
10. Гурська І. С., Федуняк І. О., Стемковська І. В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. № 5–6. С. 63-67. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.5-6.63.
11. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 83
12. Діденко І. Мобільний маркетинг у туристичній галузі: сучасні тренди та перспективи. Економіка та управління підприємствами зовнішньоекономічної діяльності. 2022. Т. 1, № 14. С. 40-46.
13. Діяльність Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://unwto.org/>
14. Зибарева О. В., Мельниченко Г. М., Чечетова-Терашвили Т. М., Чечетова Н. Ф. Інноваційний розвиток туризму в регіоні: проблеми і можливості. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія «Економічні науки». 2020. Вип. 1–2. С. 99–109. DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2020-1.77-2.78.08>
15. Лабораторія інноваційних технологій в туризмі. URL: <http://www.liet.lviv.ua/redakce/index.php?clanek=588&lanG=uk&slozka=635&>
16. Лагодієнко В. В., Меліх О. О., Саркісян Г. О. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2020. № 1. С. 366–377. DOI: <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2020-1-366>
17. Ляшенко О. М., Іващенко, І. В. Інноваційні технології в туристичній галузі України. Економічний простір. 2021. № 154. С. 107–115.

18. Калініченко С., Грібіник А., Аврята А. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. Modeling the development of the economic systems. 2023. № 1. С. 133–138. <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-19>
19. Крайнюк Л. М., Полчанінова І. Л., Поколодна М. М., Влащенко Н. М. Digital-інновації в секторі туризму та гостинності Харківського регіону. Бізнес Інформ. 2020. № 7. С. 100–112. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-100-112>
20. Копець Г. Р., Кулиняк І. Я. Сучасні напрями розвитку підприємств у сфері туризму в Україні. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2020. Вип. 4. № 2. С. 37–48. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2020.02.037>
21. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. К.: Знання, 2017. 351 с.
22. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. Бізнес Інформ. 2021. № 1. С. 177-184. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-177-184>
23. Огієнко М. М., Огієнко А. В., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2020. № 4. Ч. 2. С. 62–78. DOI: <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2020-4-2-62>
24. Петренко О. В. Аналіз ефективності інтернет-маркетингу в туристичному бізнесі. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу: Матеріали VI Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 9 верес. 2021 р. 2021. С. 125–132.
25. Пилипенко О. С. Напрями вдосконалення розвитку сфери туризму на засадах інноваційних маркетингових технологій. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 47. Ч. 1. С. 147–150. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-27>
26. Покотило Л. Інновації в туризмі як ключ до успіху. Туризм і готельна справа. 2022. № 2. С. 47-52.

27. Прищеп С., Данилюк О. В. Інтернет-маркетинг: основні методи та технології. Маркетинг та менеджмент інновацій. 2023. № 939. С. 166–173.
28. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. Урядовий портал: сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501>
29. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text>
30. Руденко О. Інноваційні технології в туризмі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2023. Т. 1, № 1. С. 103–110.
31. Стадник В. В., Гризовська Л. О. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / В. В. Стадник, Л. О. Гризовська.-Хмельницький : ХНУ, 2020.-355 с.
32. Цвілій С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ. 21 листопада 2020р. Київ. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3765](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765)
33. Чуєва І., Ніколаєва Л., Косарева Н. Інноваційні технології туристичної діяльності на світовому ринку туристичних послуг. Економіка та суспільство, (30) 2021. URL: . <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19>
34. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. Питання культурології. 2021. № 38. С. 226–235. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>
35. Шуптар-Пориваєва Н. Й., Губанова О. Р., Попова М. О., Андрущенко О. С. Перспективи інноваційного розвитку туристичної сфери в Україні в умовах коронавірусної кризи. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. Вип. 6. С. 90–96. DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-6-14>

