

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного
бізнесу»
Кафедра міжнародних економічних відносин та логістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: **«ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ В ГАЛУЗІ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРАЇН»**

Виконала:
студентка 2 курсу, групи УОз-61
спеціальності
«Міжнародні економічні відносини»
освітньої програми «Міжнародні
економічні відносини»
другого (магістерського)
рівня вищої освіти

Волошенко В. Р.

Керівник: док.е.н., проф. Гончаренко В.В.



Рецензент: к.е.н., доц. .

Харків – 2024 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова Рівень
вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 292 – «Міжнародні економічні відносини»
Освітня програма – «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин
імені Артура Голікова
Зайцева А.С.

«____» _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Волошенко Валерії Романівні

1. Тема роботи «Вплив інновацій в галузі міжнародного туризму на
конкурентоспроможність країн»

керівник роботи док.е.н., проф. Гончаренко В.В.

затверджені наказом по університету від “____” _____ 20__ року No__

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Перелік питань, які потрібно розробити

з'ясувати основні характеристики міжнародного туризму, описати різні види та форми туризму, дослідити сутність інновацій як чинника, що впливає на міжнародний туризм, визначити поточний стан розвитку міжнародного туризму, оцінити вплив інновацій на еволюцію міжнародного туризму, розглянути проблемні питання та перспективні напрямки розвитку інновацій для міжнародного туризму на глобальному рівні.

4. План роботи

№ з/п	Назва етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретико-методичні засади дослідження міжнародного туризму у контексті конкурентоспроможності та інновацій
2	Розділ 2. Особливості розвитку міжнародного туризму та конкурентоспроможності країн за умов інновацій
3	Розділ 3. Перспективи розвитку ефективності інновацій у галузі міжнародного туризму

5. Дата видачі завдання _____

Студент _____ В. Р. Волошенко (підпис)

Керівник роботи _____ В. В. Гончаренко (підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ.....	8
1.1. Сутність, новітні види та форми міжнародного туризму в	
контексті конкурентоспроможності	8
1.2. Інновації та їх наукове визначення	24
1.3. Методи дослідження впливу інновацій в галузі міжнародного	
туризму на конкурентоспроможність країн	28
Висновки до першого розділу	33
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО	
ТУРИЗМУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇН ЗА УМОВ	
ІННОВАЦІЙ	35
2.1. Поточний стан розвитку міжнародного туризму в світі.....	35
2.2. Розвиток інновацій в умовах конкурентоспроможності.....	45
2.3. Вплив інновацій на розвиток міжнародного туризму та	
конкурентоспроможність на прикладі країн-лідерів	48
Висновки до другого розділу.....	54
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕФЕКТИВНОСТІ	
ІННОВАЦІЙ У ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	59
3.1. Кроки для підвищення ефективності інновацій у міжнародному	
туризмі для конкурентоспроможності країн	59
3.2. Проблемні аспекти та перспективи розвитку міжнародного	
туризму за умов нових інноваційних рішень	65
Висновки до третього розділу.....	75
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84

ВСТУП

Актуальність дослідження. Наразі розвиток світового господарства характеризується доволі високими темпами. Особливо значним є зростання міжнародної торгівлі послугами, а також помітне збільшення ролі сектору послуг у формуванні ВВП різних країн. Серед різних видів послуг значні зміни відбуваються саме в міжнародному туризмі, що вимагає особливої уваги в аналізі. Інноваційні відкриття створюють нові умови та можливості для розвитку міжнародного туризму.

Для багатьох країн розвиток рекреаційно-туристичної галузі залишається ключовим джерелом доходів та економічних досягнень. Туристична індустрія, зростаючи в умовах глобалізації, сприятливого ринкового середовища, приватного підприємництва та вільної торгівлі, позитивно впливає на підвищення рівня зайнятості, економічного добробуту та культурну інтеграцію країн. Окрім суттєвих фінансових надходжень, туризм сприяє підвищенню міжнародного престижу держав. За своїми масштабами міжнародний туризм займає вагоме місце у світовій економіці, а ринок туристичних послуг відіграє важливу роль не тільки на рівні окремих регіонів, але й у світовій економіці загалом. Тому дослідження міжнародного туризму є надзвичайно актуальним сьогодні.

Питання розвитку міжнародного туризму та вплив світових змін на цю галузь були висвітлені в дослідженнях іноземних науковців, зокрема таких як: Джиджоян В.В., Шумпетер Й., Пун А., Батлер Р.В., Трайб Дж. та інших.

Значний вклад у формування теоретичних і практичних основ знань про динаміку, проблеми та сучасний стан міжнародного туризму зробили роботи таких вітчизняних науковців, як Акулов М.Г., Андрущенко О.С., Арсаненко І.А., Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Григорова-Беренда Л.І., Донченко Л.М., Дехтяр Н.А., Іванунік В.О., Казакова Н.А., Левада О.М.,

Литвин О.В., Любчук О.К., Мелько Л.Ф., Парфіненко А.Ю., Торяник В.М., Уварова Г.Ш. та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення сучасного стану і перспектив розвитку міжнародного туризму в умовах інноваційних відкриттів.

В процесі дослідження вирішувались наступні **завдання**:

- визначити сутність міжнародного туризму, охарактеризувати новітні види та форми міжнародного туризму у контексті конкурентоспроможності;
- проаналізувати сутність інновацій як фактору впливу в індустрії міжнародного туризму на конкурентоспроможність країн;
- визначити основні методи дослідження впливу інновацій в галузі міжнародного туризму на конкурентоспроможність країн;
- проаналізувати сучасний стан розвитку міжнародного туризму;
- визначити вплив інновацій на розвиток світових процесів в умовах конкурентоспроможності;
- надати характеристику впливу інновацій на міжнародний туризм та конкурентоспроможність країн-лідерів;
- визначити залежність факторів інновацій на галузь міжнародного туризму у світі;
- проаналізувати проблемні аспекти та надати варіанти перспективних напрямів розвитку міжнародного туризму за допомогою інновацій.

Об’єкт дослідження – розвиток та зміни міжнародного туризму.

Предмет дослідження – особливості та тенденції конкурентоспроможності країн у галузі міжнародного туризму, інновації.

Використані методи дослідження. У першому розділі використовувалися такі основні методи дослідження, як теоретичні та методологічні підходи. У роботі застосовувався набір загальнонаукових і міждисциплінарних методів: наукове абстрагування, системно-

синергетичний підхід для класифікації основних видів і типів міжнародного туризму. У другому розділі був використаний статистично-економічний метод для аналізу обсягів і вивчення динаміки міжнародного туризму. Також у дослідженні активно застосовувалися методи аналізу, узагальнення та аналітичний метод. Аналітичний етап включав об'єктивне узагальнення фактичної та статистичної інформації.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є матеріали статистики Світового банку, офіційні матеріали Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), матеріали ресурсу КНОЕМА, дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, наукові публікації, монографії і статті в спеціальних виданнях з проблем теорії і практики здійснення і регулювання світового ринку послуг.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Робота викладена на 90 сторінках, з яких 80 сторінок основного тексту. Кваліфікаційна робота містить 10 таблиць, 11 рисунків. Список використаних джерел включає 64 найменувань на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність, новітні види та форми міжнародного туризму в контексті конкурентоспроможності

Міжнародний туризм є важливою складовою глобальної економіки та одним із ключових факторів розвитку національної конкурентоспроможності. Він сприяє культурному обміну, збільшенню іноземних інвестицій і підвищенню рівня зайнятості, що загалом покращує соціально-економічні показники країн. В цьому розділі буде досліджено новітні види туризму, які з'являлися впродовж останніх років. Кожен із цих видів забезпечує унікальні можливості для розвитку різних секторів економіки, а також для просування національного бренду країни на міжнародній арені. Наприклад, країни, що активно розвивають екологічний туризм, демонструють свою прихильність до сталого розвитку, що може підвищити їхню конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Сутність, види та форми міжнародного туризму в сукупності створюють основу для підвищення конкурентних переваг країни на світовій туристичній арені, забезпечуючи стабільний приплив туристів і сприяючи сталому економічному зростанню.

Існує чимало наукових досліджень на задану тему, де поняття «міжнародний туризм» розглядається з різних сторін. Щоб розкрити сутність цього терміна, варто спершу пояснити, що означає «туризм». У сучасній науці є декілька підходів до визначення цього поняття.

Згідно з чинним законодавством, «туризм» визначається як подорож у вільний час для оздоровчих або пізнавальних цілей, що передбачає

тимчасове залишення постійного місця проживання з обов'язковим поверненням у встановлені строки.

Турист, у свою чергу, — це людина, яка подорожує в інші країни терміном від 24 годин або більше, маючи законну мету в кожній з відвідуваних країн, але не займаючись при цьому оплачуваною роботою. Важливо, щоб турист залишив країну перебування в межах обумовленого часу [1].

Дослідники з Бернського університету в Швейцарії пропонують більш узагальнене визначення «туризму»: це явище, пов'язане з отриманням користі або прибутку від подорожей людей до моменту того, як подорож призводить до постійного місця перебування у одному місці.

На основі цього найбільш прийнятним є класичне визначення туризму, яке підтримує більшість науковців. Туризм можна розглядати як соціально-економічне явище, що охоплює діяльність особи для проведення вільного часу, а також дії туристичних організацій, які забезпечують планування подорожі та масове споживання туристичного продукту, узгоджуючи попит і пропозицію на ринку туристичних послуг. Міжнародний туризм, у свою чергу, є явищем глобального масштабу, де туристичні послуги виступають об'єктом купівлі та продажу на світовому ринку [2, с. 12].

Свої корені туризм бере з давніх часів, коли люди подорожували з різними цілями: для дослідження світу, відкриття нових земель, а також задля торговельних, дипломатичних чи військових місій. У середні віки на подорожі почав впливати релігійний фактор: значні маси людей вирушали до святих місць християнства та ісламу. Лише в епоху Відродження релігійні мотиви поступилися індивідуальним прагненням до освіти і саморозвитку.

Виникнення організованого туризму, що включає створення перших туристичних організацій, розвиток інфраструктури, поява курортів і поступ науково-технічного прогресу, відбулося у другій половині XVIII століття.

Цей період також позначився формуванням нового виду елітарного відпочинку.

Становлення міжнародного туризму як окремої економічної галузі, а в подальшому і розвиток конкурентоспроможності країн за цим напрямком почалося в першій половині XIX століття з появою державних і міжнародних туристичних організацій, а також з введенням відпусток для працівників, що дало можливість робітникам подорожувати. У цей час відбулося розширення географії міжнародного туризму і збільшення масштабів подорожей. Друга половина XIX століття ознаменувалася відкриттям перших туристичних агентств у Швеції, Австрії та Німеччині, а також створенням міжнародних курортів у Німеччині, Швейцарії, Франції та Італії, які мали вагомий вплив на туристичний обмін між країнами. Інтерес до географічних відкриттів, колоніальні експедиції, морські подорожі та економічні інтереси сприяли загальному розвитку міжнародного туризму.

Наступний етап характеризується інтеграцією між країнами, розширенням міжнародного поділу праці, відкриттям кордонів, полегшенням доступу до інших держав, а також розвитком транспорту і зв'язку. Від кінця XIX століття і до сьогодення відбувається етап масового туризму та глобалізації туристичного ринку. Важливою ознакою цього періоду є виділення туризму як самостійного сегмента сфери послуг, що проявляється у монополізації галузі. Також держави на законодавчому рівні закріпили оплачувані відпустки для працівників. Водночас економіки деяких країн стали значно залежними від туристичної галузі [3].

Для управління туристичною діяльністю на міжнародному рівні та її регулювання створюються різні міжнародні туристичні організації. Вони поділяються на такі групи: світові загального характеру, регіональні загального характеру, регіональні спеціалізовані організації та організації вузького профілю.

Значущою подією стало заснування в 1898 році Міжнародної ліги туристичних організацій, яка розташувалася в Люксембурзі і з 1919 року відома як Міжнародний туристичний альянс. Основні завдання альянсу полягають у покращенні умов розвитку та координації міжнародного туризму, захисті інтересів учасників галузі, розробці міжнародної туристичної документації. Наразі альянс об'єднує 138 асоціацій з різних країн. У цей період також були створені інші значущі організації, такі як Міжнародний конгрес асоціацій з популяризації туризму, Міжнародний конгрес офіційних туристичних організацій, і Міжнародний союз організацій з пропаганди туризму. Їхня основна мета — сприяти популяризації туризму та інтеграції його як важливої складової сучасного життя. Крім цього, зазначені організації та низка інших створює загальні індекси та висвітлює статистичні дані, які дозволяють зрозуміти поточну ситуації на ринку міжнародного туризму та поточну конкурентоспроможність окремих країн [4].

Постійна потреба в міжнародних зв'язках для розвитку та координації туристичних обмінів, узгодження політичних, економічних, соціальних і культурних аспектів діяльності призвела до реорганізації галузі. Значним кроком вперед стало створення Всесвітньої туристичної організації (ВТО). Історія організації бере початок з 1925 року в Гаазі, де було засновано Міжнародний конгрес офіційних туристичних асоціацій для пропаганди туризму, який згодом став Міжнародним конгресом офіційних туристичних організацій. Перший конгрес відбувся в Лондоні, де було прийнято рішення про створення нової міжнародної неурядової організації [5].

У 1948 році була створена Європейська туристична комісія та перша регіональна комісія, а в 1951 році штаб-квартира переїхала до Женеви. Новий етап розпочався в 1970-х: у 1970 році був ухвалений Статут Всесвітньої туристичної організації, а в 1975 році ЮНВТО офіційно розпочала діяльність, провівши перше засідання в Мадриді. Надалі був

заснований Генеральний секретаріат ЮНВТО та підписана угода з Програмою розвитку ООН. ВТО стала важливим гравцем у просуванні туризму, інтегруючи його як значущу частину світової економіки і як інструмент міжнародної єдності й порозуміння культур.

Головна мета ВТО — розвиток міжнародного туризму, економічний прогрес, створення робочих місць та сприяння міжнародній повазі та інтеграції, що об'єднує різні частини світу для загального миру та добробуту [6].

Були затверджені ключові документи для регулювання міжнародного туризму, розроблені Всесвітньою туристичною організацією та за її активної участі:

- Резолюція конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей (Рим, Італія) – документ про розвиток туризму, який підкреслює мирні цілі та пріоритети цієї галузі, сприяючи економічному та технічному співробітництву на двосторонньому рівні [7];

- Манільська декларація зі світового туризму (Філіппіни, 1980) не обмежується лише економічними аспектами вигоди від міжнародного туризму, а також зберегла цінності нової концепції світового туризму. Документ передбачає необхідність підтримки розвитку національного і міжнародного туризму, нагляд з боку державної влади за його розвитком, а також задоволення туристичних потреб без шкоди для соціальних і економічних інтересів, природних ресурсів та історичних пам'яток [8];

- Документ Акапулько, затверджений на Всесвітньому туристичному форумі (Мексика, 1982), був спрямований на розробку політики, планів та програм у сфері туризму відповідно до національних пріоритетів;

- Хартія туризму та Кодекс туриста, прийняті на VI сесії Генеральної асамблеї ВТО (Болгарія, 1985), закріпили стандарти та принципи взаємовідносин між державами у туристичній сфері, визначили загальні

правила поведінки туристів під час подорожей, а також політичні права та вимоги, яких можуть дотримуватись турист [9];

– Гаазька декларація з туризму, ухвалена на Міжпарламентській конференції з питань туризму в 1989 році, містить 10 принципів, яких повинні дотримуватися всі сторони, залучені до міжнародних туристичних відносин [10];

– Глобальний етичний кодекс туриста, прийнятий XIII сесією Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації (Чилі) [11].

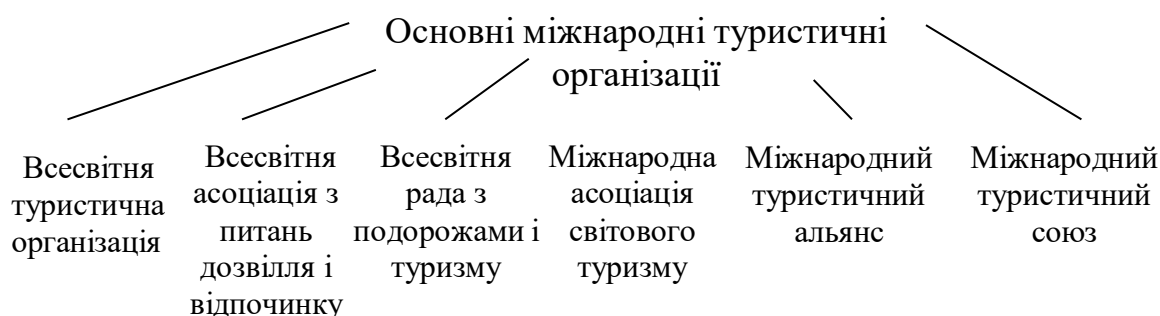


Рис. 1.1. Основні міжнародні туристичні організації [4-11]

На рис. 1.1 представлені ключові міжнародні організації, які сьогодні відіграють провідну роль у туристичній галузі. Серед них: Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), що займається розвитком туризму та сприяє співпраці між країнами; Всесвітня рада з подорожей і туризму (ВТТС), яка досліджує вплив туризму на світову економіку; Міжнародна асоціація світового туризму (МТ), що сприяє міжнародному обміну та співпраці; Міжнародний туристичний союз (ТУІ), який об'єднує туристичні організації для забезпечення взаємодії; Міжнародний туристичний альянс (АІТ), який розробляє стандарти для туристичної галузі; а також Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА), що підтримує розвиток рекреаційного туризму та відпочинку.

За дослідженнями вченого зі Швейцарії, К. Каспара, у основі системи туризму є дві внутрішні системи:

– Суб'єкт туризму – це турист, який виступає споживачем туристичних послуг і має власні потреби та запити, що зумовлюють його участь у подорожах.

– Об'єкт туризму – це сукупність туристичного регіону та всієї інфраструктури, яка забезпечує туристичну діяльність, включаючи заклади розміщення, харчування, дозвілля та інші ресурси туристичної індустрії.

Всесвітня туристична організація (ВТО) створила детальну систему районування, яка поділяє світ на п'ять основних макрорегіонів: Америка, Європа, Африка, Океанія, а також Східна Азія і країни Середнього Сходу. Кожен із цих великих регіонів ділиться на менші, так звані мезорегіони, для точнішого аналізу та планування туризму. Наприклад, європейський макрорегіон включає мезорегіони, серед яких: Центральна Європа, Західна Європа, Східна Європа (яка охоплює країни СНД і Балтійські держави), Північна Європа, Південна Європа (включно з країнами колишньої Югославії) і Східне Середземномор'я (до якого належать Туреччина, Ізраїль та Кіпр). Такий поділ дозволяє здійснювати ефективне управління туристичною діяльністю в межах кожного регіону з урахуванням його особливостей.

Важливо зазначити, що не кожна територія може бути класифікована як туристський регіон, будь то макрорегіон або мезорегіон. Щоб отримати таку категорію, територія повинна відповідати декільком критеріям:

– вона повинна мати об'єкти, які викликають туристичний інтерес, такі як природні пам'ятки, культурні та історичні артефакти, музеї, унікальні природні зони і фауна;

– територія повинна забезпечувати необхідні послуги для задоволення потреб туристів, включаючи інфраструктуру, транспорт, місця для проживання, харчування, організацію дозвілля та високий рівень сервісу.

Отже, туристський регіон – це територія, яка має доступ до об'єктів туристичного інтересу та пропонує комплекс послуг, що відповідають потребам мандрівників [12].

Туризм перетворюється на стиль життя, і спостерігається зростаюча тенденція до розширення різноманітності пропонованих послуг, а також до появи нових рекреаційних об'єктів. Все більше популярності набувають індивідуальні тури, екологічний туризм, а також спортивні види відпочинку. Цей розвиток свідчить про зміну уподобань мандрівників, які прагнуть не лише відпочити, а й отримати нові враження та зануритися в природу. В результаті туристичний ринок адаптується до нових запитів споживачів, пропонуючи все більше унікальних і спеціалізованих варіантів подорожей.

Основні характеристики сучасного туризму можна визначити наступним чином:

- обґрунтованість – надання туристичних послуг має бути чітко пов'язане з метою подорожі, а також відповідати умовам, що впливають з потреб мандрівників;

- ефективність – важливо досягти максимального задоволення для туриста при оптимальному рівні витрат, що робить досвід подорожі якнайприємнішим;

- корисність – туризм повинен прагнути мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище та забезпечувати комфорт для інших людей;

- різноманітність – існує широкий спектр видів і підвидів туризму, а також варіативність у послугах, які надають приймаючі сторони;

- гнучкість – туристичні продукти повинні мати можливість адаптуватися до різних типів споживачів і їхніх потреб;

- регульованість – дотримання встановлених правил поведінки є необхідною умовою для забезпечення комфортного та безпечного

відпочинку (наприклад, обмеження на кількість туристів або заборона на куріння та забруднення);

- залежність – попит на туристичні послуги безпосередньо підпорядковується сезонним, економічним, політичним та іншим факторам, які впливають на інтерес мандрівників;

- неоднорідність – розвиток туризму нерівномірний: деякі регіони мають високу популярність, тоді як інші залишаються мало відвідуваними;

- автоматизація – завдяки розвиненій інфраструктурі, процес планування подорожі став настільки простим, що його можна здійснити за один день, що значно полегшує життя туристам;

- стимулювання економіки – туризм слугує важливим чинником, що сприяє зростанню економіки країн, адже він генерує робочі місця і залучає інвестиції.

Сьогодні сфера міжнародного туризму є ключовим елементом глобального добробуту. Його економічна роль в сучасному світі, як однієї з форм міжнародних економічних взаємин, є незамінною, оскільки він забезпечує значні валютні надходження до бюджетів країн та загалом світової економіки. Міжнародний туризм сприяє розвитку таких галузей, як сільське господарство, торгівля, транспорт, зв'язок та зайнятість, і таким чином стає важливим інструментом для формування позитивного сальдо платіжного балансу та зростання загального валового внутрішнього продукту (ВВП) країн. У регіонах, де туризм отримав найбільший розвиток, він приносить значний прибуток і підтримується державою, яка бачить у ньому засіб для стимулювання економічного зростання.

Для глибшого розуміння будь-якого ринку важливо дослідити його структуру. Комплексність надання та споживання міжнародних туристичних послуг вимагає певної системи класифікації. Існують різні підходи до класифікації, що базуються на різноманітних групуваннях. У рамках міжнародного туризму можна виділити кілька основних видів

туризму, які допомагають краще зрозуміти його різноманітність та особливості (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Класифікація ринку туристичних послуг [9, 13, 14, 15, 16]

Аналізуючи наведений рисунок, за просторовою ознакою ринок міжнародних туристичних послуг класифікується на:

– світовий ринок - це загальна мережа національних ринків, які взаємодіють через товарно-грошові відносини і мають свої регуляторні органи;

– національний ринок - це туристичний ринок, що функціонує в межах однієї країни. Він об'єднує різні ринки, пов'язані з виробництвом і споживанням туристичних послуг, а його діяльність регулюється національним законодавством;

– внутрішньоконтинентальний ринок - охоплює ринки, що знаходяться в межах одного континенту;

- міжконтинентальний ринок - складається з ринків, що охоплюють різні континенти, і включає подорожі за межі континенту, на якому проживає турист;

- загальні ринки економічних союзів - наприклад, Єдиний ринок Європейського Союзу, Євразійський економічний союз, Єдиний ринок Карибського співтовариства, Асоціація регіонального співробітництва Південної Азії, Союз південноамериканських націй, Меркосур, Ліга арабських держав та інші;

- транзитні ринки - охоплюють країни, в яких туристи роблять зупинки під час подорожі, щоб дістатися до кінцевого пункту призначення;

- регіональні ринки - складаються з кількох національних ринків, розташованих в межах конкретних географічних регіонів;

- місцеві ринки - це ринки, які обслуговують потреби туристів на локальному рівні.

Таким чином, різноманіття ринків міжнародного туризму відображає складність і багатогранність туристичної індустрії в цілому. Додатково до цього, в залежності від рівня розвитку ринкових відносин, ринок міжнародних туристичних послуг можна класифікувати на:

- розвинений ринок, цей тип ринку вирізняється високим ступенем економічної автономії, забезпеченням рівноправності між учасниками, а також конкурентоспроможністю постачальників туристичних продуктів і послуг. Важливими характеристиками є узгодженість законодавчих норм і регуляцій, що визначають права, обов'язки та відповідальність підприємців, а також можливість держави втручатися в регуляторні процеси за потреби;

- формуючий ринок, для цього ринку характерні недосконалі законодавчі акти та регуляції, що визначають права та обов'язки підприємців. Тут спостерігається надмірне втручання з боку держави, а також наявність інших обмежень, що перешкоджають розвитку ринку;

– ринок із обмеженою конкуренцією, у такій структурі ринку домінує кілька гравців, які мають значний вплив на формування цін. Це означає, що конкуренція між учасниками є слабкою, і ринок може функціонувати за умов, коли не всі учасники мають рівний доступ до ресурсів і можливостей [12].

За типом туризм поділяють:

– внутрішній туризм, цей тип міграційних потоків відбувається в межах однієї країни. Люди подорожують до різних регіонів своєї держави з метою відпочинку, ознайомлення з культурою або участі в інших туристичних активностях;

– міжнародний туризм, у цьому випадку мова йде про потоки туристів, які перетинають кордони різних країн. Туристи подорожують за межі своєї батьківщини, щоб відвідати інші держави з туристичною метою, отримуючи нові враження та досвід;

– в'їзний туризм, це потоки осіб, які в'їжджають до країни з туристичною метою, але не є її громадянами або резидентами. Ці туристи прагнуть дослідити нові місця, культуру та звичаї країни, до якої вони прибули;

– виїзний туризм, в даному випадку йдеться про міграційні потоки людей, які постійно проживають в одній країні, але виїжджають за кордон з метою відпочинку і туризму. Такі туристи залишають свою батьківщину, щоб насолодитися іншими культурами та досвідом в інших країнах [14].

За метою ринок міжнародних туристичних послуг характеризується своєю різноманітністю, і розподіляється на:

– рекреаційний туризм, із метою відпочинку, включає поїздки до невеликої кількості міст, зазвичай супроводжується активним використанням авіаційного транспорту, зокрема чартерних рейсів;

– лікувальний туризм, це зазвичай індивідуальні поїздки, які спрямовані на відновлення здоров'я. Як правило, такі подорожі тривають

довше, ніж звичайні — близько місяця. До цього типу відносять відвідування бальнеологічних, грязьових, гірських і приморських курортів;

- сімейний туризм, передбачає спільні поїздки членів сім'ї або групи кількох сімей до нових місць, які відрізняються від їхнього постійного місця проживання;

- пізнавальний туризм, цей тип подорожей має на меті пізнання нового, що передбачає насичені екскурсії та відвідування культурних пам'яток для розширення кругозору;

- професійно-діловий туризм, включає поїздки, пов'язані з службовими справами, які організовуються не самими туристами, а їхніми керівниками. Це можуть бути відрядження для участі в конференціях, семінарах, наукових зібраннях та виставках. Сучасним поняттям у цій галузі є MICE-туризм, що об'єднує зустрічі (Meetings), заохочувальні поїздки (Incentives), конгреси (Congress) та виставки (Exhibitions);

- науковий туризм, спрямований на проведення наукових семінарів та конференцій, де учасники мають можливість обмінюватися досвідом і знаннями;

- етнічний туризм, цей вид подорожей дозволяє знайомитися з культурою, традиціями, звичаями та мовою певної етнічної групи;

- агротуризм, включає подорожі в сільську місцевість, де туристи можуть ознайомитися з життям на фермах та хуторах;

- спортивний туризм, охоплює подорожі, пов'язані з активним заняттям спортом, таким як гірські прогулянки, водні види спорту або інші спортивні заходи;

- пригодницький туризм, цей тип відзначається активністю та контактами з природою. Він включає фізичні вправи, такі як походи, полювання, риболовля, сафарі-тури тощо;

- релігійний туризм, основна мета таких подорожей — відвідування святих місць, історичних релігійних пам'яток і вивчення їхньої культурної спадщини;

- екологічний туризм, зосереджується на відвідуванні природоохоронних територій з метою збереження природи і мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище;

- подієвий туризм, включає участь у різноманітних подіях, таких як фестивалі, святкування, виставки чи спортивні заходи;

- мисливський туризм, спрямований на полювання та пошуки диких тварин;

- гірськолижний туризм, цей активний вид відпочинку включає катання на лижах та сноубордах у гірських регіонах;

- пляжний туризм, охоплює відпочинок на узбережжі морів, океанів та річок, зазвичай у рамках спеціально обладнаних курортів;

- елітарний туризм, це подорожі високого класу з підвищеними вимогами до рівня обслуговування та якості послуг;

- спелеотуризм, включає дослідження печер і підземних систем, що пропонують унікальний досвід для туристів;

- екзотичний туризм, означає подорожі, що пропонують нестандартні активності, такі як дайвінг, рафтинг, банджі-джампінг або гастрономічні тури, які обіцяють нові та незабутні враження [9, 13, 14, 16].

За формами міжнародний туризм розподіляють на дві категорії:

- індивідуальний – це вид туризму, в якому мандрівник вирушає в подорож самотійно, складаючи власний маршрут і план дій відповідно до своїх бажань та інтересів. Така подорож, як правило, потребує більшого фінансового внеску порівняно з груповими турами, оскільки передбачає бронювання житла, транспорту та інших послуг без знижок, які зазвичай доступні при організації групових турів;

– груповий – цей формат передбачає подорож у складі групи з двох і більше осіб. Зазвичай для таких мандрівок характерна програма, розроблена туристичним агентством, яка включає спільні екскурсії, транспорт і житло. Це дозволяє зменшити витрати на кожного учасника завдяки знижкам, доступним для груп, та економічній програмі, що робить цей варіант більш доступним для широкого кола туристів. .

За джерелами фінансування туризм поділяють на:

– комерційний – це класичний тип туризму, де метою поїздок є отримання фінансової вигоди. Туристичні компанії створюють пропозиції, де оптимально поєднані витрати і кінцева ціна, надаючи продукти й послуги з максимальною вигодою для клієнтів. Такий підхід дозволяє забезпечити доступні й вигідні варіанти подорожей для мандрівників різних категорій;

– соціальний – цей вид туризму спрямований на забезпечення відпочинку для людей з обмеженими фінансовими можливостями. Держава, громадські та муніципальні організації, а також комерційні структури виділяють фінансові ресурси для підтримки соціальних поїздок, надаючи можливість особам з низьким доходом реалізувати право на відпочинок. Управління цим видом туризму зазвичай здійснюється державними установами для його доступності та розвитку.

Туризм може здійснюватися різними способами пересування, серед яких виділяють подорожі пішки, повітряні, морські, річкові, а також наземні – за допомогою автомобіля, велосипеда, залізниці, лиж, коней, автобусів або мотоциклів. Існує також змішаний вид подорожей, у якому поєднуються кілька різних способів пересування, що дозволяє адаптувати маршрут до потреб і побажань туристів.

Крім цього, виділяють туризм за часом перебування у поїздках, наприклад:

- короткостроковий;
- довгостроковий.

Спосіб організації туризму є значущою частиною загальної класифікації видів туризму і включає такі варіанти: організований (туризм, який передбачає участь у турах, заздалегідь спланованих і підготовлених туристичною компанією) і неорганізований туризм (зазвичай пов'язаний із самостійними поїздками до туристичних локацій, без заздалегідь узгодженого маршруту або плану).

Суттєвою частиною класифікації туристів є етнічний аспект. Для запобігання можливим непорозумінням під час подорожей важливо оцінювати туристів з урахуванням їхньої етнічної приналежності. Вивчення культурних особливостей різних народів світу, їхніх традицій, норм поведінки в різних обставинах допомагає створити комфортні умови для туристів та забезпечує гармонійні взаємодії під час подорожі [17].

Різноманітні види туризму враховують індивідуальні інтереси та цілі мандрівників. Подорожі можуть організовуватися як для окремих осіб, що прагнуть самостійності, так і для груп, де програми заздалегідь плануються. Основна мета таких подорожей – створення економічного прибутку та фінансові надходження, що сприяють розвитку світової економіки, а також стимулюють розширення туристичних послуг на ринку. Важливо також, щоб під час планування програм враховувалися вікові особливості та потреби різних категорій туристів, що дозволяє підвищити якість та ефективність послуг.

1.2. Інновації та їх наукове визначення

У сучасному світі інновації стали однією з ключових рушійних сил розвитку економіки, науки та суспільства. Тема інновацій викликає значний інтерес не лише у практиків, але й у науковців, адже це поняття охоплює широкий спектр змін та удосконалень у різних сферах діяльності людини.

Інновації у міжнародному туризмі відіграють важливу роль у розвитку галузі та сприяють її адаптації до швидкозмінних умов глобального ринку.

Наукове дослідження інновацій дозволяє глибше зрозуміти механізми їхнього створення, впровадження та впливу на суспільство. Інновації не лише сприяють покращенню якості життя, а й підвищують конкурентоспроможність організацій та держав, створюють нові ринки і змінюють звичні уявлення про продуктивність і розвиток. Аналізуючи інновації як наукове поняття, ми розглядаємо їх не тільки як результат творчого процесу, але і як системний підхід до створення нового знання та технологій, що мають практичну цінність.

Питання інновацій, інноваційного розвитку підприємств є предметом дослідження багатьох науковців, які розглядають різні аспекти інновацій залежно від підходів у трактуванні їх суті та розвитку підприємств на основі нововведень.

Термін «інновація» почав використовуватись у наукових дослідженнях ще в ХІХ столітті, коли він означав впровадження окремих елементів однієї культури, зазвичай європейських традицій та моделей організації, в інші культурні середовища, зокрема в традиційні суспільства Азії та Африки. Лише на початку ХХ століття інновації стали розглядати як закономірний процес технічних змін і нововведень, акцентуючи увагу на їхньому впливі та закономірностях розвитку в різних галузях промисловості та економіки [18].

Терміни «інновації» та «нововведення» були вперше запроваджені в економічній теорії австрійським економістом Йозефом Шумпетером на початку ХХ століття. У своєму фундаментальному дослідженні «Теорія економічного розвитку» Шумпетер визначив інновації як нову, раніше не існуючу комбінацію факторів виробництва, яку мотивує підприємницька активність, зокрема прагнення до отримання прибутку. Він проаналізував

типи інновацій, визначивши їхнє місце у технологічному розвитку та в циклах наукових змін:

- створення нового продукту або вдосконалення вже існуючого, що є інновацією для ринку;
- впровадження більш ефективних методів виробництва для відомої продукції;
- відкриття нових каналів збуту або способів реалізації продукції;
- виявлення нових джерел ресурсів, сировини або напівфабрикатів;
- реорганізація виробничих процесів, яка може підірвати існуючі монополії.

Шумпетер вважав, що інновації є основним двигуном економічного розвитку, а також ключовим фактором для підприємницької діяльності та конкурентної боротьби [19].

Для повного розуміння інноваційної теорії доцільно розглянути інноваційний розвиток економіки в динаміці, паралельно з аналізом процесу становлення та змін у самій теорії інновацій (табл.1.1.).

Еволюція інноваційної теорії відображає постійний розвиток у галузях науки, техніки, технології та управління організаціями. Сьогоднішнє суспільство знаходиться на етапі, коли управління знаннями стає ключовою основою для інноваційного економічного зростання. Для повного розуміння інноваційної теорії доцільно розглянути інноваційний розвиток економіки в динаміці, паралельно з аналізом процесу становлення та змін у самій теорії інновацій.

Наведена таблиця нижче ілюструє розвиток теорії інновацій від індустріальної доби до сьогодення, відображаючи основні етапи та зміни в підходах до інноваційного процесу. На ранніх етапах (до XX століття) головними двигунами прогресу були праця і капітал, які сприяли виробничим процесам і науково-технічному розвитку. Інновації ще не мали концепції, з'явилася необхідність розуміння технологічних змін.

Таблиця 1.1.

Формування та розвиток теорії інновацій

Часовий проміжок	Хвиля розвитку	Характеристика
До початку XX ст.	Перша хвиля	Праця та капітал виступають ключовими елементами, що сприяють еволюції та вдосконаленню виробничих процесів. Розглядається питання НТП - науково-технічного прогресу, його значущість для розвитку економіки.
Перша половина XX ст.	Друга хвиля	Виникнення основ теорії інновацій пов'язане з появою поняття «інновація», яке витіснило «технічний прогрес». Це поняття охоплює технічні вдосконалення, нововведення, що сприяють розвитку ефективності в різних сферах діяльності.
1950-1970-ті рр.	Третя хвиля	Інновації здійснюють революцію у виробничих процесах, змінюючи їхню структуру. У рамках теорії інновацій активно розвиваються окремі напрями, особливо в контексті макроекономіки, де досліджується вплив нововведень на економічне зростання, продуктивність. Інновації як ключовий рушій розвитку на рівні економіки, стимулюючи дослідження методів, технологій для досягнення економічного прогресу.
1970-1990-ті рр. XX ст.	Четверта хвиля	Заснування постіндустріального суспільства супроводжується появою нових економічних підходів, серед яких увагу привертають неокласичні теорії ендogenous зростання. Ці теорії орієнтовані на підвищення прибутковості через впровадження технологічних змін і вдосконалення продуктивності. Ріст досліджень, присвячених інноваціям, де розглядаються питання управління інноваційними процесами та їх вплив на мікроекономічному рівні. З'являються нові ідеї застосування інновацій у різних секторах, що стимулює розвиток наукових і технологічних підходів.
XXI ст.	П'ята хвиля	Інновації та інтелектуальний капітал стають ключовими чинниками зростання підприємства та головними напрямками для підвищення його результативності. У світі економічного суперництва країни й організації досягають провідних позицій, змагаючись за рахунок розвитку інноваційних технологій. Формується концепція національної інноваційної системи, що охоплює стратегічні напрями стимулювання інноваційних процесів.

Джерело: [20, 21]

У середині XX століття інновації стали ключовим чинником економічної ефективності та розвитку. Саме тоді утвердилося поняття «інновації», яке використовували для позначення технічних і технологічних нововведень, що впливали на продуктивність і структуру виробництва.

Четверта хвиля (1970-1990 рр.) позначена переходом до постіндустріального суспільства, де соціальні аспекти інновацій та їх управління на різних рівнях набувають вагомого значення, сприяючи економічному прогресу завдяки новим методам і технологіям.

На початку XXI століття, у п'яту хвилю, розвиток інновацій тісно пов'язаний з цифровізацією, глобалізацією та інтелектуальним капіталом. Сучасні теорії розглядають технології як основні чинники економічного зростання, де цифрові платформи, автоматизація та штучний інтелект є ключовими елементами. Інновації тепер спрямовані на створення інтегрованих екосистем, які стимулюють економічне зростання, підвищують ефективність управління ресурсами та дозволяють швидко адаптуватися до змін у глобальній економіці.

Зазначений рисунок 1.3. вище є класифікацією інновацій за різними ознаками. Наведено ключові параметри, за якими можна диференціювати інновації, починаючи від джерел фінансування і закінчуючи масштабом застосування. Впровадження інновацій призводить до помітних кількісних і якісних змін у властивостях товарів (продукції або послуг) та технологічних процесів їхнього виробництва, що стимулює економічне зростання й інтенсифікує суспільне виробництво.



Рис. 1.3. Ознаки для класифікації інновацій [22, 23, 24, 25]

У сучасних умовах глобалізації та ринкової мінливості, інновації розглядаються як вагомий фактор конкурентної переваги. [26]. Саме інноваційна діяльність стає фундаментом для підвищення ефективності господарських процесів та покращення виробничої й збутової діяльності, забезпечуючи конкурентну боротьбу через пошук та впровадження нововведень.

Загалом, значення інновацій у галузі міжнародного туризму є надзвичайно великим, оскільки вони сприяють розвитку нових підходів до вирішення глобальних проблем, покращенню міжнародного співробітництва та формуванню ефективних стратегій для глобальної стабільності та безпеки.

1.3. Методи дослідження впливу інновацій в галузі міжнародного туризму на конкурентоспроможність країн

Все це поєднується з практикою шляхом включення конкретних прикладів досліджень у сфері туризму поряд з дослідницькою теорією. У

ній розглядається широке коло дослідницьких питань, підходів і методів, з використанням матеріалів як досвідчених дослідників.

Туризм – це соціальне явище зі значними економічними наслідками. Удосконалення і загальна модернізація теоретико-методологічної бази для можливості наукових досліджень галузі міжнародного туризму є актуальним завданням. Конкретні цілі методів дослідження міжнародного туризму та його інновацій зображені на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Основні цілі методів дослідження туризму [складено автором]

Глобальні тенденції в міжнародному туризмі зазвичай отримують з публікацій міжнародних організацій, таких як Всесвітня туристична організація, Тихоокеансько-Азіатська туристична асоціація тощо, а також з публікацій країн, звідки приїжджають туристи. Тенденції внутрішнього туризму отримують за допомогою туристичних опитувань або систем

періодичної статистичної звітності. Аналіз сегментації ринку передбачає сегментацію загального обсягу туристичних відвідувань. Статистичні змінні, які зазвичай аналізуються в цьому зв'язку, включають демографічні дані, такі як вік, стать, освіта, рід занять, національність, місце проживання, етнічне походження.

Фундаментальні роботи вітчизняних і зарубіжних дослідників і вчених, присвячені питанням економічної теорії, соціальної політики, економіки та маркетингу міжнародного туризму послужили методологічною основою праці.

Статистику туризму сьогодні збирає та публікує кожна країна. Існує ряд організацій, які також збирають статистику з усіх країн, щоб зробити глобальну оцінку та прогнози.

Всі загальнонаукові методи використані для аналізу міжнародного туризму доцільно розподілити на три групи: логічні, теоретичні та емпіричні.

Логічні методи – аналіз, синтез, аналогія.

Аналіз – це розчленування, розкладання об'єкта дослідження на певні складові частини з метою їх окремого вивчення. Даний метод дозволяє досліджувати явище шляхом розгляду його складових, різних сторін та властивостей.

Синтез – це поєднання окремих складових частин об'єкта дослідження в єдине ціле. Явище вивчається в його єдності і взаємному зв'язку частин. Іншими словами, це не довільне з'єднання частин цілого, а обґрунтоване об'єднання з виділенням сутнісних якостей. Аналіз і синтез між собою тісно пов'язані. Вони грають важливу роль в пізнавальному процесі. На прикладі роботи, досліджуючи таке явище, як міжнародний туризм, необхідно виявити аспекти, які напряму впливають на його розвиток: нові тенденції в способі життя, демографічні особливості, індивідуальні та групові інтереси.

Аналогія – це спосіб отримання знань про різноманітні предмети та явища на підставі того, що вони мають схожість будь-яких складових структур або функцій з іншими, виходячи з цього – за подібністю досліджуваних об'єктів в деяких ознаках, робиться висновок, що вони є подібними і в інших ознаках. При цьому важливим є те, що предмет, ознака якого переноситься на інший предмет, – прототип або оригінал. У свою чергу, предмет, на який переноситься ознака, – модель.

До методів теоретичного дослідження відносяться ідеалізація, уявний експеримент, сходження від абстрактного до конкретного, формалізація.

Ідеалізація – це метод наукового пізнання, який полягає у роботі з уявою, відтворюючи об'єкти, які не існують в дійсності або практично не є здійсненими, поздаваючи їх деяких з притаманних їм властивостей і наділення їх нереальними гіпотетичними властивостями.

Уявний експеримент – це отримання знань шляхом конструювання ідеалізованих абстрактних об'єктів і, водночас, маніпулювання ними в умовно заданих ситуаціях, які є нереальними. Метод розглядається як відтворення майбутнього реального експерименту.

Сходження від абстрактного до конкретного – це метод отримання знань через рух від абстрактного до конкретного. Виходячи з цього, потребує уточнення, що абстрактне – неповне, часткове, нерозвинене, фрагментарне, а конкретне – єдине, повне, розвинене. Таким чином, метод полягає у сходженні від неповного, часткового до більш повного, цілісного.

Формалізація – метод дослідження, метою якого є вивчення об'єктів за допомогою відображення їх змісту і структури в певній знаковій формі. У туризмі це відображення динаміки турпотоку по певній країні або регіону у вигляді графіків і схем, що теж було використано у роботі.

Емпіричне пізнання – процес досвіду, взаємодії суб'єкта і об'єкта. При цьому суб'єкт (дослідник) пасивно відображає об'єкт й активно змінює його. Методи емпіричного дослідження: спостереження, опис.

Спостереження – активний пізнавальний процес, що спирається на органи чуття людини і її діяльність з вивчення об'єкта дослідження. Це організоване сприйняття явищ навколишнього світу.

У туризмі існує поняття «статистичне спостереження» – це наукове, організоване отримання статистичної інформації або планомірний збір даних про досліджувані явища. Статистичне спостереження можна дослідити за допомогою звітів міжнародних організацій, імміграційних служб та загальних статистичних даних.

Опис – затвердження певними засобами (спостереження, порівняння) суттєвих ознак, які відносяться напряду до об'єкта дослідження. Поширеною практикою в дослідженнях туризму є представлення описової статистики залежних і незалежних змінних.

Однією з найпоширеніших класифікацій специфічних методів є та, що фокусується на кількісних та якісних методах, кожен з яких має свої специфічні інструменти дослідження.

Якісні методи зосереджені на методі інтерв'ю, фокус-групах та аналізі документів; що стосується кількісних методів, то статистичний метод та метод моделей (модель туристичного потоку, територіальна модель, теоретична модель розселення тощо) відіграють важливу роль у дослідницькій сфері.

У галузі туризму, як міжнародного, так і внутрішнього, широко застосовують наукові методи системи географічних наук: картографічний метод, метод експедиційних досліджень, історичний метод, метод порівняння, аналітико-статистичний метод, метод математичного моделювання.

Соціальний характер індустрії туризму обумовлює важливість застосування способів і прийомів, сформованих в інших суспільних науках, наприклад балансовий метод або метод соціологічних досліджень (опитувань, інтерв'ю тощо).

Отже, дослідження ґрунтувалося на використанні принципів системного підходу, загальнонаукових прийомів класифікування. Як інструменти дослідження використовувалися методи предметно-логічного, факторного, порівняльно-аналітичного аналізу, класифікація, елементи вимірювань, статистичної обробки інформації, змістовної інтерпретації висновків.

Вибір будь-якого одного або комбінації вищезазначених методів для оцінки галузі туризму має ґрунтуватися на кінцевому використанні таких оцінок, зручності роботи, бажаному рівні та наявних ресурсах.

Висновки до першого розділу

1.1. Отже, аналізуючи визначення туризму, що зустрічаються в наукових роботах, можна зробити висновок про наявність різноманітних підходів до тлумачення цього явища. Відповідно до законодавства, туризм охоплює подорожі у вільний час з оздоровчими, культурними чи пізнавальними цілями, коли людина залишає своє постійне місце проживання та зобов'язується повернутися в зазначений період часу.

Хоча туризм існував ще з давніх часів, саме в останні десятиліття спостерігається його стабільний розвиток та посилення конкуренції між країнами. Туристична індустрія стала важливою складовою світової економіки і на сьогодні має низку міжнародних організацій, що здійснюють контроль і аналіз стану ринку міжнародного туризму. З часом було розроблено зонування туристичних регіонів, встановлені вимоги до

територій для сталого розвитку туризму, а також визначено ключові особливості сучасного туризму.

Класифікація туризму має важливе практичне значення для розвитку конкурентоспроможності країн. Вона дозволяє ефективно організовувати подорожі, прогнозувати попит і формувати ринок міжнародного туризму, а також планувати розвиток сфери та умови для розширення туристичної індустрії.

1.2. Було розглянуто еволюцію поняття «інновація», яке з часом набуло різних трактувань. Спочатку інновації асоціювалися з технічним прогресом і нововведеннями в галузі виробництва, з розвитком досліджень, поняття стає ширшим, охоплюючи методи організації та управління. У результаті, виникла потреба в глибокому аналізі видів інновацій, їх класифікації та ролі в економічному і соціальному розвитку.

З огляду на це, важливим є усвідомлення значення інновацій як технічних чи технологічних нововведень, як чинників, які мають вплив на економічну стратегію, конкурентоспроможність та інші аспекти розвитку суспільства. Із введенням інновацій розвиваються нові концепції і підходи, що допомагають країнам і організаціям швидше адаптуватися до змін в умовах глобалізації. Тому дослідження інновацій, їх визначення та впливу на різні сфери діяльності є необхідним для подальшого розвитку наукових, економічних і соціальних процесів.

1.3. Визначено, що для комплексного аналізу необхідно використовувати як кількісні, так і якісні методи, такі як статистичні дослідження, порівняльний аналіз, методи прогнозування та інтерв'ю з експертами галузі. Застосування цих методів дає змогу виявити ключові фактори, що визначають конкурентоспроможність країн на міжнародному ринку туризму, а також оцінити вплив інновацій на підвищення ефективності туроператорів, покращення туристичної інфраструктури та розширення пропозиції послуг.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЗА УМОВ ІННОВАЦІЙ

2.1. Поточний стан розвитку міжнародного туризму в світі

У сучасному світі туризм є однією з найрозвиненіших сфер глобальної економіки, яка стикається з новими викликами. Туризм справедливо вважають важливою економічною складовою, оскільки завдяки його діяльності забезпечується виробництво та реалізація різноманітних послуг, створення нових робочих місць, підвищення доходів, поліпшення привабливості країн для інвесторів і туристів, розвиток інфраструктури, а також створення сприятливих умов для відвідування країн.

За результатами дослідження, проведеного Всесвітньою радою з туризму та подорожей, було вивчено економічний вплив туризму на 185 країн у 2022 році, порівнюючи з даними за 2019 та 2021 роки. Дослідження показало поліпшення ситуації, оскільки туризм, виконуючи економічну функцію, досяг 7,6% світового ВВП у 2022 році, що є вище порівняно з показником 2021 року. У 2022 році створено 22 мільйони нових робочих місць, що на 7,9% більше, ніж у 2021 році, і лише на 11,4% менше, ніж до пандемії у 2019 році. Міжнародні туристичні витрати зросли на 81,9%, що є значним позитивним результатом для світової економіки [27].

Індустрія міжнародного туризму швидко розвивається, але разом з тим чутливо реагує на світові зміни. Вона залишається гнучкою і має здатність відновлюватися після криз. Суспільно-економічні зміни, спричинені соціальними, економічними та політичними чинниками, визначають динаміку туристичного ринку, впливаючи на попит і пропозицію туристичних послуг на певній території в заданий період часу. Беручи до уваги показники доходів від міжнародного туризму за період 2014–2019

років, можна зазначити, що цей сектор демонструє стабільне зростання. Наочне підтвердження цих тенденцій надано на рисунку 2.1.

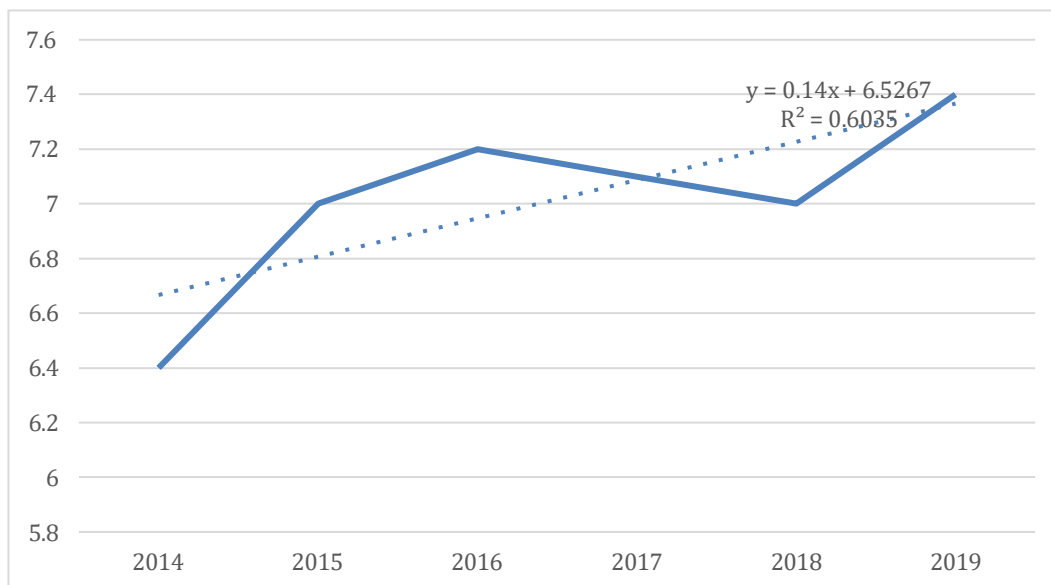


Рис. 2.1. Доходи від міжнародного туризму в усьому світі, % від загального експорту [27]

Протягом досліджуваного періоду спостерігалася стабільна позитивна динаміка надходжень у сфері міжнародного туризму, з поступовим збільшенням доходів з 1,38 трлн доларів США у 2014 році до 1,86 трлн доларів США у 2019 році. Це свідчить про те, що ринок міжнародного туризму активно розвивається і приносить значні економічні вигоди багатьом країнам по всьому світу [64].

Проаналізувавши період 1960-2020 рр., можна побачити, що міжнародні прибуття туристів є постійно зростаючим показником в усіх частинах світу. Східна Азія та Тихий океан є постійним лідером впродовж досліджуваного періоду. У свою чергу, наближуються до однакових показники Європи та Центральної Азії та Латинської Америки та Карибів. Про ці тенденції свідчить рис.2.2, який зображує динаміку впродовж досліджуваних років.

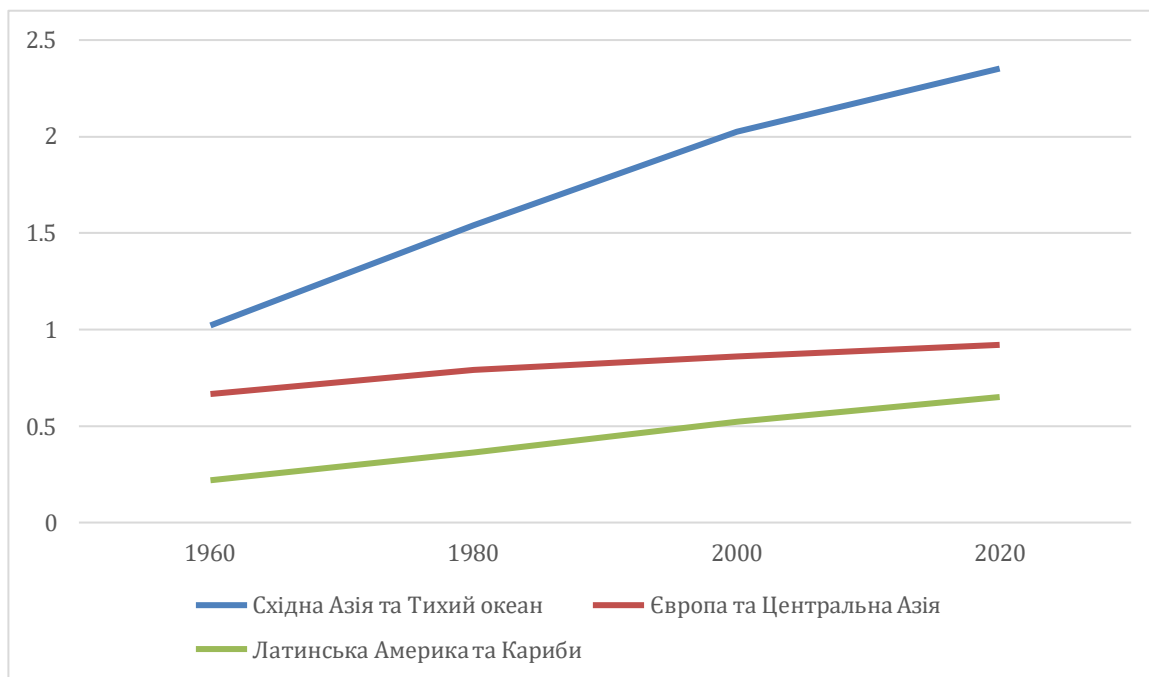


Рис. 2.2. Динаміка міжнародних прибуттів за частинами світу в період 1960-2020 рр., у млрд осіб[64]

Після досліджуваних років єдиним періодом, коли спостерігався спад, став 2020 рік, коли на тлі глобальної пандемії COVID-19 відбулося зниження показників у всіх секторах економіки. Загальні витрати на туризм також демонструють постійне зростання протягом кількох років. Це свідчить про постійне розширення галузі, що сприяє поліпшенню умов для споживачів і збільшенню кількості пропозицій, які можуть зацікавити потенційних туристів. Зміни в обсягах витрат на туризм та їхні частки наочно демонструються в таблиці 2.1.

У 2020 році витрати на туризм демонстрували сталий ріст, однак уже в 2021 році відбулося значне зменшення цих витрат. Зокрема, виявилися значні скорочення витрат на авіаційний транспорт та ресторанный послуги. Загальний обсяг витрат у 2021 році становив 26 132 млн доларів США, що майже вдвічі менше порівняно з 2020 роком, де цей показник був на рівні 41 705 млн доларів США. Це свідчить про значний спад у всіх категоріях витрат, зокрема у сферах, пов'язаних з авіаперевезеннями та освітою.

Таблиця 2.1

Витрати на туризм за видами, 2018–2021 рр.

Туристичний продукт	2018	2019	2020	2021	2019	2020	2021
	Млн дол США				Зміни у відсотках		
Послуги розміщення	3,883	4,079	4,146	2,647	4,6	0,6	-46,5
Послуги столових та ресторанів	4,596	4,723	4,929	2,621	2,8	4,4	-46,8
Авіаційний транспорт	5,210	5,550	5,466	2,454	6,5	-1,5	-55,1
Інший транспорт	2,915	3,014	3,093	2,320	3,4	2,6	-25
Культурно-оздоровчі, туристичні та екскурсійні послуги	2,181	2,370	2,479	1,175	8,7	4,6	-52,6
Роздрібна торгівля - алкоголь, продукти харчування, напої	2,452	2,439	2,532	2,219	-0,5	3,8	-12,4
Продаж - паливо та інші автотовари	2,062	2,296	2,234	1,467	11,3	-2,7	-34,3
Інші роздрібні продажі	7,648	7,839	7,897	5,936	2,5	0,7	-24,8
Освітні послуги	995	1,154	1,286	574	16	11,4	-55,4
Інші туристичні продукти	7,128	7,389	7,643	4,719	7,4	7	-38,8
Загальні витрати на туризм	39,070	40,853	41,705	26,132	4,6	2,1	-37,3

Джерело: [29]

Витрати продовжували зростати, проте вже в 2021 році було зафіксовано значне їх скорочення, що частково зупинило розвиток галузі.

Найбільше коштів витрачається на авіап перевезення, харчові послуги та послуги з розміщення студентів. Сумарні витрати за 2021 рік становили 26,132 млн доларів США, що майже вдвічі менше порівняно з показником 2020 року, який складав 41,705 млн доларів США. Найбільше скорочення витрат спостерігалось на освітні послуги та авіап перевезення.

Загалом, туристичний сектор завжди зробив значний внесок в економіку багатьох країн. У 2019 році туризм займає третє місце серед експортоорієнтованих галузей, поступаючись лише паливно-енергетичній сфері та хімічній промисловості, і випереджав такі сфери, як автомобілебудування та харчова промисловість. Як ключова експортна категорія, міжнародний туризм позитивно впливає на платіжний баланс країн, допомагаючи компенсувати дефіцит торгівлі або доповнюючи прибутки від експорту інших товарів та послуг [30].

Наявні й зміни у тенденціях прибуттів за країнами світу. Діаграма нижче показує тенденції міжнародних туристичних прибуттів у різні частини світу з 2019 по 2022 роки. Європа утримує найбільшу частку туристичних потоків навіть під час пандемії, що підтверджує її стійку конкурентоспроможність. Хоча у 2020 році відбулося різке падіння через COVID-19, у 2021-2022 роках відвідуваність поступово відновлюється, що свідчить про стабільну привабливість Європи для туристів.

Азія, Океанія та Америка зазнали значного спаду прибутків у 2020 році через карантинні обмеження, але у 2022 році показали зростання. Це свідчить про відновлення попиту на туристичні послуги в цих регіонах і перспективу їхнього зміцнення на туристичному ринку, що позитивно впливає на економічний потенціал цих частин світу.

Африка та Середній Схід, хоча й менш популярні, демонструють стабільну динаміку. Їхній потенціал для зростання обумовлений унікальністю культурних та природних ресурсів, що може стимулювати

інвестиції в туристичну інфраструктуру, підвищуючи економічну привабливість цих регіонів на світовому рівні.

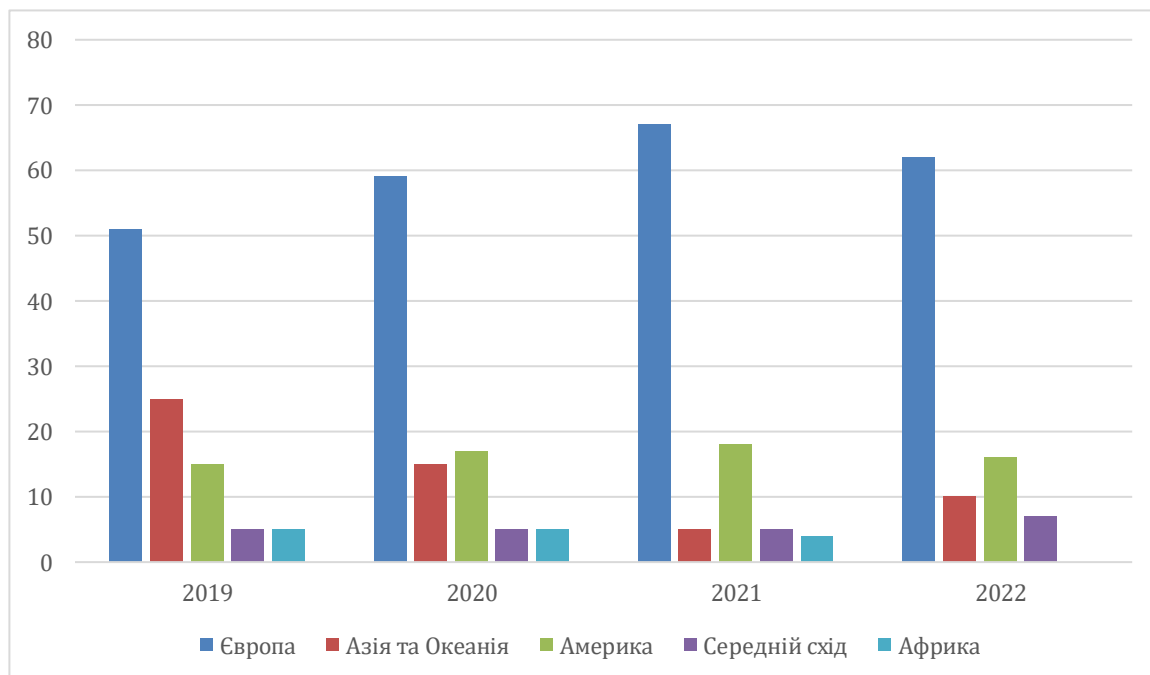


Рис. 2.3. Міжнародні туристичні прибуття за частинами світу за 2019-2022 рр. [63]

У багатьох країнах туризм визнано одним із пріоритетів економічного розвитку, встановлено завдання державного регулювання та визначено ключові напрями державної політики в галузі туризму. Завдяки такому підходу Франція, Іспанія, Італія, США та Данія досягли значних успіхів у цій сфері й увійшли до ТОП-5 напрямків за доходами від міжнародного туризму у 2021 році, що видно з таблиці 2.2.

Не дивно, що Франція, багата на архітектурні пам'ятки та музеї, вже кілька років поспіль утримує лідерські позиції серед іноземних туристів, навіть попри кризові моменти в галузі. Завдяки природним та соціально-економічним умовам Франція залучає численних туристів для екскурсійно-пізнавального й лікувально-оздоровчого відпочинку. На розвиток міжнародного туризму тут виділяють значні кошти — близько 35 млрд доларів.

Іспанія з показником у 31,2 млн туристів посідає друге місце у світі. Раніше основний акцент був на пляжному туризмі, але сьогодні більші інвестиції йдуть на культурно-пізнавальні напрямки. Іспанія та Італія мають найбільшу кількість об'єктів спадщини ЮНЕСКО, а Італія, яка займає третє місце за туристичними доходами, також входить до ТОП-5 за обсягом витрат на туризм, посідаючи п'яте місце. Однак іноземний туризм у цих країнах розвинений нерівномірно, і його вплив на економіку окремих регіонів значно варіюється [33].

Таблиця 2.2

П'ять провідних напрямків за міжнародними прибуттями туристів,
2024

Місце	Країна	Млн осіб
1	Франція	48,4
2	Іспанія	31,2
3	Італія	26,9
4	США	22,1
5	Данія	15,7

Джерело: [31,32, 63]

США займає значну позицію на світовому ринку туризму, посідаючи четверте місце за кількістю туристичних прибуттів (22,1 млн осіб) і перше місце за витратами на міжнародний туризм (56,9 млрд доларів). Країна багата на природно-рекреаційні ресурси та має всесвітньо відомі туристичні центри, такі як Нью-Йорк і Сан-Франциско. У США добре розвинений освітній та спортивний туризм. Щороку престижні університети, зокрема Гарвард, Єль і Стенфорд, приваблюють численних іноземних студентів. Крім того, на високому рівні розвинені національні спортивні ліги з хокею та баскетболу, а також проводяться міжнародні тенісні турніри, що приваблюють спортсменів і вболівальників з усього світу [34].

Данія, дещо несподівано, увійшла до ТОП-5 країн за кількістю туристичних прибуттів. Ця прибережна держава славиться природними заповідниками та унікальною архітектурою. Копенгаген, найбільш популярний серед міжнародних туристів, у 2021 році зайняв 47-е місце в рейтингу найвідвідуваніших міст світу. Важливою тенденцією в розвитку туризму в Данії є розширення туристичної інфраструктури, що включає зростання кількості готелів, нових турів, ресторанів, а також удосконалення транспортної системи та зростання урбанізації [35].

Таблиця 2.3

Топ-5 країн за витратами на міжнародний туризм, 2021

Місце	Країна	Млрд дол
1	США	56,9
2	Німеччина	51
3	Франція	34,8
4	Великобританія	24,3
5	Італія	15

Джерело: [36, 37]

Великобританія посідає четверте місце у світі за обсягом витрат на міжнародний туризм, з показником у 24,3 млрд доларів США. Це частково пов'язано з виходом країни з Європейського Союзу 31 січня 2020 року, що призвело до змін у візовій політиці для європейських туристів, зменшуючи кількість міжнародних відвідувачів. Також, як і інші країни, Великобританія відчула на собі вплив пандемії COVID-19, що вплинуло на відвідуваність. У деяких країнах світу туризм став головною складовою економіки, визначаючи їхню залежність від міжнародного туризму. Таблиця 2.4 показує країни, які отримують найбільші доходи від туризму та відображає їхню залежність від цієї сфери.

Серед економік, найбільш залежних від туризму, лідирує Мексика, де ця галузь формує 15,5% ВВП. Іспанія має другий за величиною дохід від туризму у світі – 14,3% ВВП.

Таблиця 2.4

Рейтинг країн за доходом від туризму та його частка у ВВП, 2021 рік

Мясце у світі	Країна	Відсоток від ВВП
1	Мексика	15,5
2	Іспанія	14,3
3	Італія	13
4	Турція	11,3
5	Китай	11,3
6	Австралія	10,8
7	Саудівська Аравія	9,5
8	Німеччина	9,1
9	Великобританія	9
10	США	8,6
11	Франція	8,5

Джерело: [37, 38, 39]

Італія займає третє місце з показником 13%. США і Франція, попри високий прибуток від туристів, отримують лише 8,6% і 8,5% ВВП від туризму відповідно. Німеччина та Великобританія також показують значний відсоток внеску туризму у ВВП, 9% і 9,1% відповідно. Помірну позицію в цьому рейтингу займають Туреччина, Китай, Австралія і Саудівська Аравія.

Найповніше відображення туристичних подорожей було зафіксовано у 2019 році, перед початком пандемії, коли всі показники демонстрували

стабільне зростання, включно з міжнародними туристичними потоками. На основі цих даних було визначено актуальні цілі подорожей. Як показано на рисунку 2.3, структура міжнародного туризму за метою візиту має певні особливості. Найбільшу частку займають подорожі з метою дозвілля та відпочинку – 55%, що складає понад половину загального обсягу. Друге місце з показником 26% займають поїздки для оздоровлення або з релігійними цілями. Робочі поїздки становлять 11% і посідають третє місце, а решта цілей – 6%.

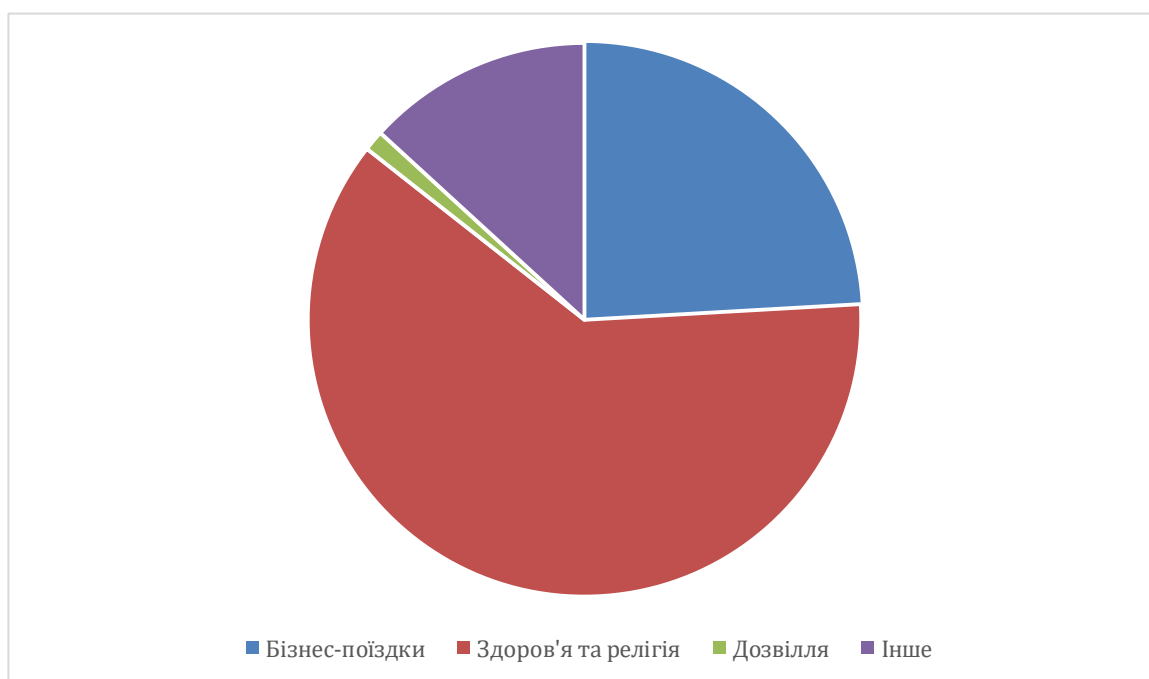


Рис 2.4. Структура міжнародного туризму за метою візиту, % частка, 2019 рік [30]

Аналізовані показники свідчать про те, що культурно-пізнавальний туризм активно розвивається по всьому світу. Країни-лідери зміцнили свої позиції завдяки значним інвестиціям у реконструкцію історичних об'єктів та підтримку природних і рекреаційних ресурсів.

Зростання туристичних перевезень стало можливим завдяки розширенню транспортної інфраструктури: автомобільних і залізничних доріг, аеропортів, портів, а також модернізації засобів транспорту. Такий

прогрес допоміг залучити ресурси, розташовані далеко від туристичних центрів, а також долати природні бар'єри.

Розвиток туризму і транспорту тісно пов'язані між собою, адже туристи очікують від транспортних послуг, за які вони платять, безпеки, швидкості та комфорту. Вибір транспорту залежить від особливостей і мотивів подорожі. Туристи оцінюють чотири основні види транспорту, враховуючи:

- відстань від місця проживання до місця відпочинку;
- час, доступний для поїздки, і бажані терміни;
- наявність послуг та їхня доступність у потрібному місці;
- вимоги до безпеки, що стають дедалі суворішими для всіх видів транспорту;
- комфорт, який визначає рівень фізичного і психологічного задоволення туристів у транспорті.

На практиці для туристичних перевезень використовуються різні транспортні засоби, вибір обумовлюється специфікою подорожі: відстанню, тривалістю, станом шляхів, частотою й безпекою рейсів, складом групи, рівнем комфорту та вартістю послуг.

Частка авіаперевезень у міжнародному туризмі зросла з 46% у 2000 році до 59% у 2019 році, тоді як частка наземного транспорту знизилася з 49% до 35% за цей самий період (рис. 2.5). Авіація стала головним способом міжнародних подорожей, і її обирає кожен другий турист. Це зумовлено швидкістю та комфортом для подолання великих відстаней.

Наземний транспорт, до якого належать автомобільні, автобусні (частіше) і мотоциклетні чи велосипедні (рідше) перевезення, також залишається популярним для досягнення пункту призначення, охоплюючи 35% загальної кількості поїздок. Водночас водний транспорт займає 5%, а залізничний – лише 1% у загальній структурі міжнародного туризму за видами транспорту.

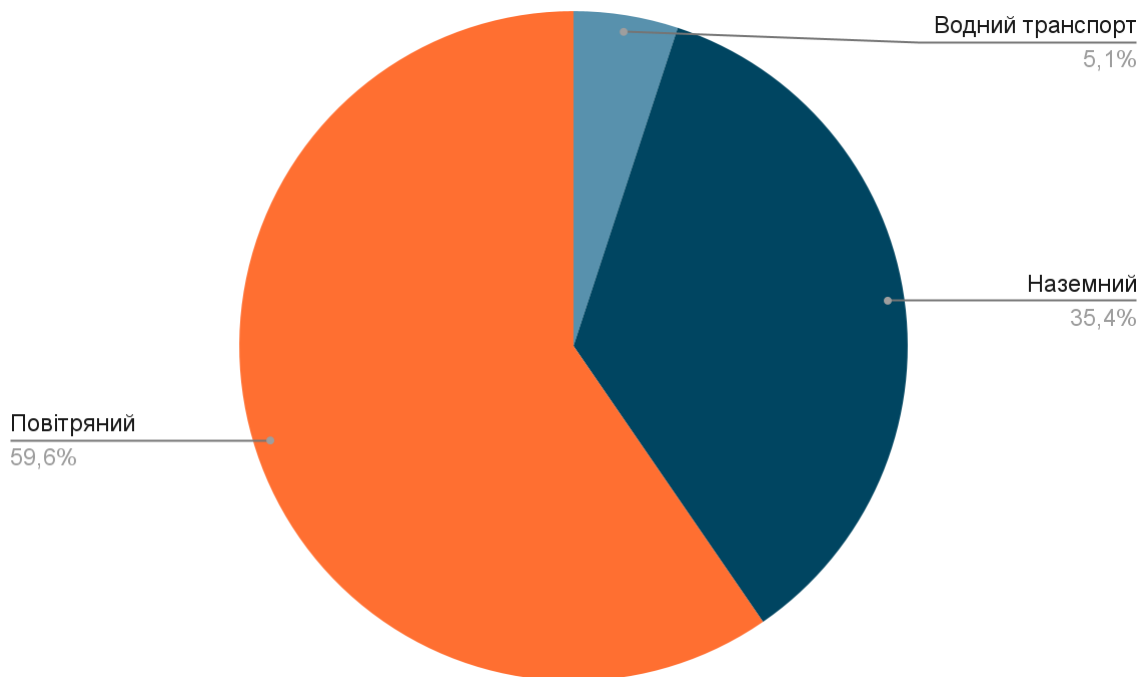


Рис 2.5. Структура міжнародного туризму за видами транспорту, % частка [30]

Ці показники свідчать про те, що міжнародний туризм є потужною галуззю, яка забезпечує значні прибутки економікам різних країн. Багато держав вкладають кошти в розвиток туристичної інфраструктури, створення нових культурних та розважальних місць, покращення транспортних сполучень та послуг для залучення відвідувачів. Розвиток туризму та рівень витрат на нього мають прямий вплив на доходи країн.

До 2020 року галузь демонструвала стале зростання, поки глобальні виклики не призвели до певних економічних дисбалансів. Зважаючи на постійне розширення індустрії міжнародного туризму, для забезпечення світової стабільності варто посилити багатосторонні ініціативи, що спрямовані на зміцнення економічної та туристичної сфер.

2.2. Розвиток інновацій та новий етап впливу у світі

Зі стрімким розвитком інтернету та технологій поведінка споживачів, а також канали та засоби, через які вони отримують інформацію, також зазнали величезних змін.

Зокрема, з приходом ери 5G все більше брендів вирішили організовувати маркетингову діяльність за допомогою нових технологій. У порівнянні з традиційними маркетинговими програмами, маркетингові інструменти та методи з «високотехнологічним дотиком» є більш привабливими та цікавими. Вони одразу виділяються серед маркетингових активностей схожого стилю і забезпечують більш незабутній досвід для мандрівників на різних етапах їхньої подорожі.

Згідно зі Звітом про стан індустрії туристичної реклами за 2020 рік (рис.2.5), опублікованим Sojern, інтерактивне відео, аудиторії, що генеруються за допомогою машинного навчання, та чат-боти стануть трьома основними напрямками інвестицій для маркетологів у найближчі п'ять років, причому більше половини респондентів заявили, що технології AR/VR матимуть проривний вплив на маркетинг туристичних напрямків.

Крім того, опитування, проведене компанією Statista у вересні 2020 року, показує, що носимі пристрої також стають все більш поширеними в повсякденному житті мандрівників: очікується, що використання цих продуктів зросте приблизно на 17,65% до 2026 року. Таке зростання також сприятиме збільшенню використання голосових технологій, і майже 70% громадян США стверджують, що вже використовують голосовий пошук при плануванні подорожей. Зараз маркетологи експериментують із застосуванням пристроїв для обміну миттєвими повідомленнями та

розумних колонок, і в недалекому майбутньому мандрівники почнуть використовувати Siri, щоб порівнювати ціни на авіаквитки та бронювати свої подорожі, або надсилати повідомлення готельним роботам через WhatsApp, щоб отримати рекомендації щодо найближчих ресторанів.

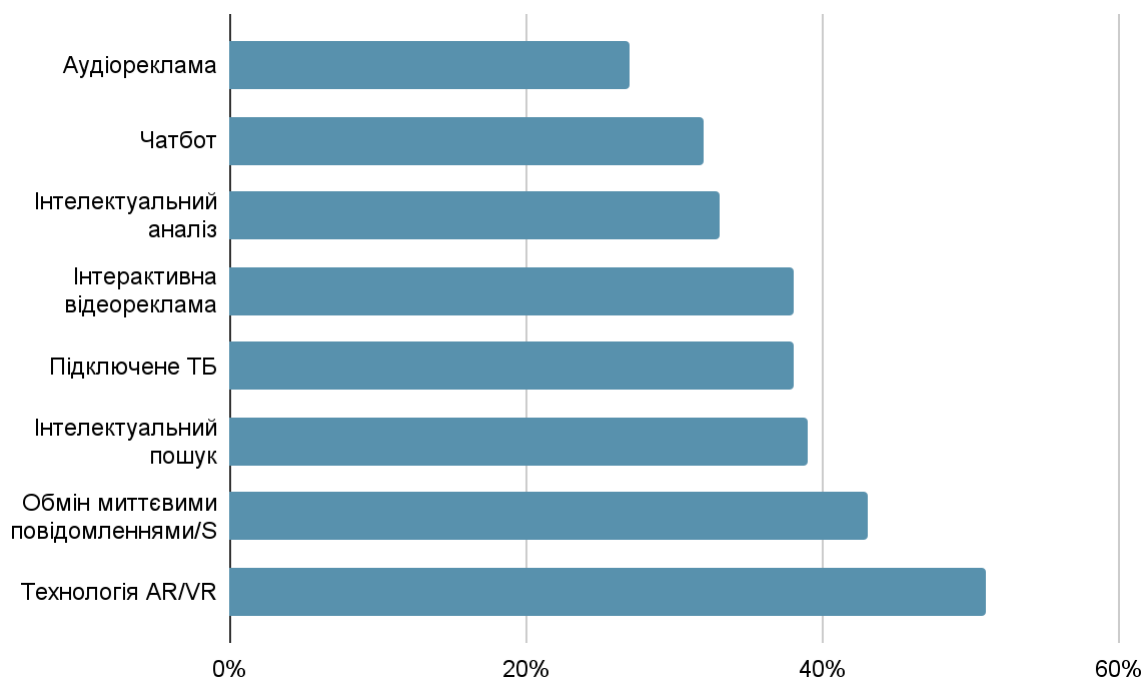


Рис 2.6. Опитування щодо того, як технології можуть змінити маркетинг туристичних локацій, у % [40]

В свою чергу, будучи трудомістким сектором послуг, туристична індустрія вже давно відчуває дефіцит людського капіталу. Такі фактори, як висока мобільність персоналу, недостатня кількість персоналу нічного обслуговування та нерівномірна якість персоналу, додали труднощів у контролі якості послуг. З огляду на зростання попиту на безконтактні послуги під час COVID-19, некомпетентність у наданні послуг виявилася повною мірою. У контексті підвищення рівня споживання чітко простежується тенденція до надання туристичних послуг у режимі 24/7 в режимі реального часу. Традиційний процес обслуговування і модель

розподілу персоналу, а також шляхи передачі інформації між відділами – це вплинуло на швидкість реагування туристичних послуг. Диверсифікація видів туризму також загострила конкуренцію на ринку. Надання кращих послуг забезпечує індустрії ефективний спосіб підвищити свою конкурентоспроможність. Прихід ери штучного інтелекту вказав міжнародному туризму напрямок для подолання проблеми людського капіталу та забезпечив технологічну основу для підвищення рівня обслуговування та підвищення загальних показників.

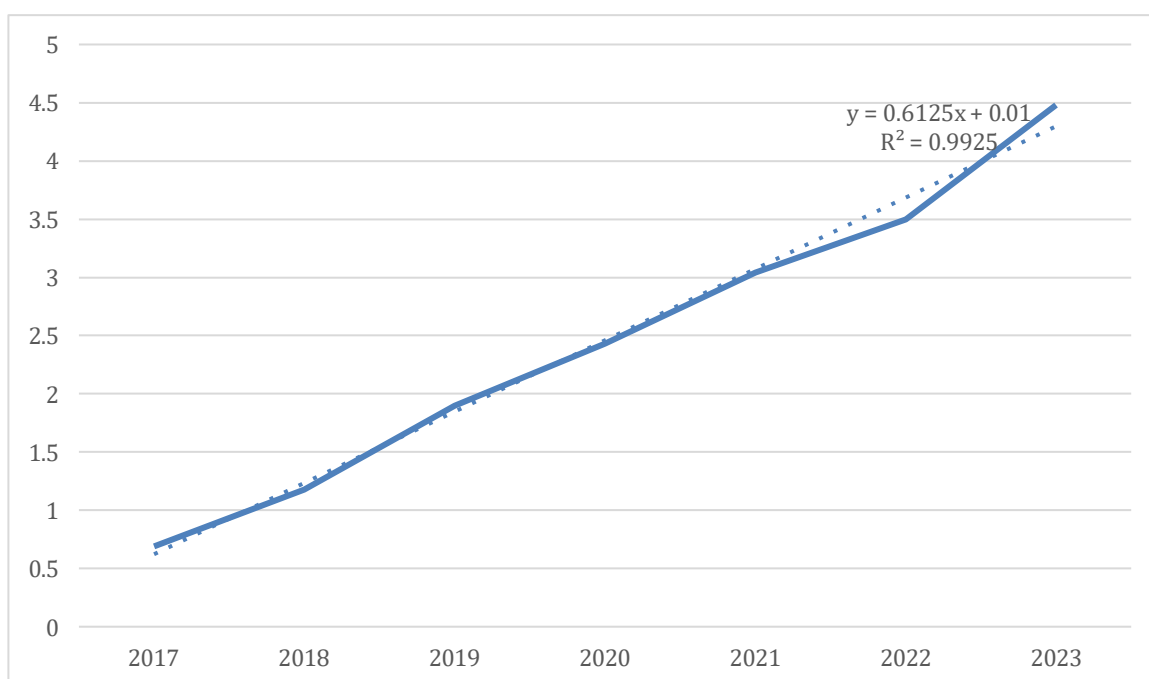


Рис 2.7. Розмір світового ринку штучного інтелекту, у трлн дол США [40]

Зазначений графік вище (рис. 2.7) ілюструє зростання світового ринку штучного інтелекту (ШІ) з 2017 по 2023 рік. Помітно, що за ці шість років ринок ШІ зростав стабільно, демонструючи постійний тренд збільшення. Це відображає глобальне зростання інвестицій в інноваційні технології та високу зацікавленість бізнесу в інтеграції ШІ для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

Однією з причин швидкого розвитку ІІІ є його застосування в різних секторах економіки, таких як міжнародний туризм, фінансові послуги, освіта тощо. Інновації, засновані на ІІІ, дозволяють значно покращити якість обслуговування, персоналізувати підхід до клієнтів і знижувати витрати на операційні процеси. Це особливо важливо для таких глобальних галузей, як туризм, де рівень конкуренції дуже високий, і є необхідність залучати сучасні рішення для покращення клієнтського досвіду. Зростання світового ринку ІІІ також свідчить про його значний вплив на світову економіку в цілому. Цей тренд демонструє готовність компаній і країн вкладати значні ресурси в дослідження та розробку штучного інтелекту, розуміючи його потенціал для вирішення ключових проблем людського капіталу та технологічного розвитку. Очікується, що в найближчі роки роль ІІІ тільки зростатиме, що може призвести до подальшого зростання економічної вартості цього ринку.

Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) оновила Глобальний індекс інновацій (ГІІ) за 2023 рік. Аналітики проаналізували 132 країни – рейтинг очолила Швейцарія. Коментуючи список, експерти ВОІВ зазначили, що хоча пандемія коронавірусу та війна в Україні вплинули на рейтинг, інновації продовжують розвиватися.

2.3. Вплив інновацій на розвиток міжнародного туризму на прикладі країн-лідерів

Інновації відіграють важливу роль у розвитку міжнародної туристичної індустрії, змінюючи способи планування подорожей і покращуючи досвід туристів. Сучасні цифрові технології, такі як мобільні

додатки та онлайн-платформи, полегшують процес бронювання, надають доступ до інформації про туристичні об'єкти та дозволяють легко організовувати маршрути. Розвиток таких сервісів, як Airbnb та Booking.com, розширив вибір варіантів проживання, що робить подорожі зручнішими та доступнішими для відвідувачів у різних куточках світу. Крім того, інноваційні технології, як-от доповнена (AR) та віртуальна реальність (VR), дозволяють туристичним агентствам і музеям створювати інтерактивні віртуальні тури, які приваблюють нових відвідувачів. Наприклад, туристи можуть попередньо оглянути історичні місця чи виставки музеїв, що дає можливість ознайомитися з дестинацією до фізичної подорожі. Такий підхід стає особливо популярним у сучасному світі, оскільки дозволяє людям дізнаватися про нові місця без необхідності фізичного відвідування.

Сталий розвиток є ще одним напрямком, де інновації відіграють значну роль у туризмі. Деякі країни, як-от Німеччина, активно впроваджують екологічні технології, що знижують вуглецевий слід туризму. Це включає екологічно чисті транспортні засоби, розвиток еко-готелів та покращення енергоефективності інфраструктури для туристів. Такі ініціативи не тільки допомагають зберегти природу, а й залучають туристів, які обирають відповідальний туризм, що сприятливо впливає на імідж дестинації.

Інновації у сфері аналітики даних також значно покращують роботу туристичних компаній, дозволяючи їм краще розуміти потреби клієнтів. Використання великих даних дає можливість ефективно відстежувати поведінку туристів, аналізувати тренди та прогнозувати майбутні уподобання клієнтів. Це дозволяє створювати персоналізований сервіс, що значно підвищує задоволеність відвідувачів і робить їхні подорожі приємнішими та комфортнішими.

Таблиця 2.5.

Рейтинг найбільш інноваційних країн, 2023 рік

Ном ер в рейт ингу	Країна	Інституц ії	Дослід ження людськ их ресурсі в та капітал у	Інфрастр уктура	Вибагли вість ринку	Вибагли вість бізнесу	Результат и у сфері знань та технологі й	Творчі досягне ння
1	Швейцарія	2	6	4	7	5	1	1
2	Швеція	18	3	2	10	1	3	8
3	США	16	12	25	1	2	2	12
4	Великобри танія	24	8	6	3	13	7	2
5	Сингапур	1	2	8	6	3	10	18
6	Фінляндія	3	5	1	12	4	4	16
7	Нідерланд и	6	13	14	15	8	8	9
8	Німеччина	22	4	23	14	16	9	7
9	Данія	5	9	3	21	12	12	10
10	Республіка Корея	32	1	11	23	9	11	5

Джерело: [41]

Зазначена таблиця 2.5 демонструє рейтинг найбільш інноваційних країн світу на 2023 рік. На першому місці знаходиться Швейцарія, яка отримала високі бали у більшості категорій, особливо в результатах досліджень та розвитку, а також у сфері знань та технологій. Ця країна має розвинені інституції та ринки, що сприяє її лідерству в інноваціях. Друге місце займає Швеція, яка відзначається хорошими показниками в інфраструктурі та бізнесовому середовищі, що свідчить про стабільний

розвиток інноваційної сфери. США посіли третє місце, демонструючи значну силу в інфраструктурі та ринкових показниках.

Це підкреслює важливість добре розвиненої економічної бази та підтримки інновацій через бізнес та дослідницькі установи для підвищення рівня міжнародного туризму за зазначеними країнами. Обидві сфери вимагають розвиненої інфраструктури, високого рівня обслуговування та інвестицій у технології.

Четверте та п'яте місця займають Великобританія та Сингапур відповідно. Обидві країни мають високу позицію у сфері бізнесової інноваційності, що свідчить про сприятливе середовище для створення нових компаній та розробки інноваційних ідей. Загалом, рейтинг показує, що найбільш інноваційні країни інвестують у розвиток інфраструктури, знань, технологій та підтримку підприємництва. Це свідчить про те, що успішні інновації вимагають комплексного підходу з боку як держави, так і бізнесу. Лідерські позиції Швейцарії, Швеції та США підтверджують, що інноваційність країни залежить від рівня підтримки досліджень, інфраструктури та бізнес-середовища.

Країни, які лідирують в інноваціях, такі як Швейцарія, Швеція та США, також мають конкурентні переваги в туристичній галузі завдяки розвинутим інфраструктурним об'єктам, високому рівню безпеки та креативному підходу до обслуговування. Інноваційність у сфері послуг, яка включає використання цифрових технологій для покращення туристичного досвіду, відіграє важливу роль у залученні туристів.

Більшість лідерів у сфері інновацій інвестують у розвиток бізнес-середовища та знань, що стимулює міжнародний інтерес до їхніх країн. Наприклад, Швейцарія та Сингапур відомі своїми якісними послугами та

інноваційними підходами в обслуговуванні туристів, що робить їх привабливими туристичними напрямками.

Таблиця 2.6.

Рейтинг країн за міжнародними прибуттями, 2023 р.

Номер в рейтингу	Країна	Кількість прибуттів (млн осіб)
1	Франція	89,4
2	Іспанія	83,7
3	<i>США</i>	79,3
4	Китай	65,7
5	Італія	64,5
6	Турція	51,2
7	Мексика	45
8	Таїланд	39,8
9	<i>Німеччина</i>	39,6
10	<i>Великобританія</i>	39,4
20	Нідерланди	20,1
26	Республіка Корея	16,3
28	Сингапур	15,1
31	Данія	13,3
34	Швейцарія	11,8
45	Швеція	7,4

Джерело: [42]

Успішна інноваційна політика дозволяє країнам підвищити свою привабливість для міжнародних гостей, сприяючи розвитку як туризму, так і економіки загалом.

Інноваційність США, Німеччини та Великобританії позитивно впливає на їхній туристичний сектор завдяки кільком ключовим чинникам, пов'язаним з технологічним розвитком, розширенням інфраструктури та високим рівнем дослідницьких інвестицій. У США, наприклад, інновації в цифрових технологіях і високий рівень венчурного фінансування стимулюють розвиток нових туристичних послуг і платформ, які покращують досвід подорожей для відвідувачів. Ці технологічні зрушення дозволяють туристам отримувати доступ до детальної інформації про туристичні об'єкти, покращують систему бронювання та пропонують зручності, які роблять поїздки більш привабливими та комфортними [43].

У Німеччині акцент на сталий розвиток і екологічні технології, зокрема в сфері мобільності та транспорту, також створює умови для приваблення туристів, орієнтованих на екологічно свідомий туризм. У країні впроваджуються інноваційні проекти, які скорочують викиди CO₂ та оптимізують громадський транспорт, що приваблює туристів, зацікавлених в екологічних подорожах [44].

Сильна інфраструктура та екологічні ініціативи є привабливими факторами для міжнародних відвідувачів. Великобританія, своєю чергою, відома інноваційним підходом до культурного та історичного туризму, використовуючи цифрові технології для створення інтерактивних експозицій та віртуальних турів. Це дозволяє туристам досліджувати музеї, пам'ятки та інші культурні об'єкти, використовуючи сучасні технології, що підвищує залученість та збагачує туристичний досвід. Окрім того, Великобританія активно впроваджує розумні міські рішення, які забезпечують комфорт для мандрівників.

Загалом, висока інноваційність цих країн не лише покращує якість життя для місцевих жителів, а й зробити їх привабливими для туристів з

усього світу. Інноваційні рішення у сфері технологій, сталого розвитку та інфраструктури підвищують зручність, ефективність та привабливість туристичних послуг, сприяючи зростанню їх популярності серед мандрівників [45].

Загалом, інновації стають важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій на світовому ринку. Вони дозволяють країнам упроваджувати нові технологічні рішення, пропонувати екологічно відповідальні послуги та забезпечувати індивідуалізований досвід для відвідувачів. Такий підхід дає можливість туристичним компаніям ефективно адаптуватися до нових трендів, залучаючи більше туристів і створюючи.

Висновки до другого розділу

1. Стан міжнародного туризму демонструє активне економічне зростання, оскільки галузь відновлюється після пандемії та адаптується до змін у споживчих настроях і міжнародній політиці. Туристичні потоки зростають, і, згідно з прогнозами, кількість міжнародних прибуттів перевищить показники 2019 року. Нові ініціативи забезпечують стійкий розвиток регіонів та збільшення надходжень від туризму, водночас сприяючи диверсифікації доходів від туризму.

В цілому, міжнародний туризм демонструє стабільне відновлення та зростання, хоча залишається вразливим до глобальних економічних і політичних факторів. Економічний потенціал галузі підтримується завдяки стратегіям, спрямованим на збільшення внутрішньорегіональних потоків, зниження бар'єрів для перетину кордонів та підтримку інноваційних

ініціатив. Це сприяє збільшенню надходжень до державних бюджетів та зростанню ролі туризму як ключового економічного сектору.

При цьому на ринку міжнародних туристичних послуг найбільш конкурентоспроможним залишається ринок Європейських країн. Країни ЄС стабільно входять до рейтингів індустрії та показують стабільне економічне зростання.

2. На глобальному рівні новий етап інновацій характеризується масштабною інтеграцією технологій в економіку, що відкриває значний потенціал для зростання продуктивності та ефективності бізнесу.

Наприклад, штучний інтелект (ШІ), значно покращує управлінські процеси, дозволяючи компаніям оптимізувати свої операційні витрати та підвищувати конкурентоспроможність. Чимало компаній не обмежуються лише використанням готових рішень, але й активно інвестують у налаштування цих технологій під свої потреби або розробляють власні моделі, що дозволяє їм адаптуватися до нових ринкових умов і підвищувати свою ефективність.

В цьому контексті інновації стають ключовим інструментом конкурентоспроможності ринків країн у галузі міжнародного туризму, який допомагає організаціям зберігати стабільність і адаптуватися до зовнішніх викликів, що особливо важливо в умовах змін, пов'язаних з постпандемічним відновленням і геополітичними змінами. Такий підхід демонструє, що інновації можуть стати основою стабільного зростання і дозволяють компаніям формувати економічну перевагу навіть в умовах невизначеності.

Загалом, роль інновацій в економіці поступово розширюється, сприяючи стійкому зростанню. Технології стають важливою частиною

стратегій розвитку, що дозволяє компаніям як підвищувати операційну ефективність, так і генерувати додатковий дохід за рахунок кращого обслуговування та більш індивідуалізованого підходу до клієнтів.

3. Інноваційні технології відкривають нові перспективи для міжнародного туризму, підвищуючи ефективність, покращуючи досвід мандрівників і сприяючи сталому розвитку галузі. Застосування штучного інтелекту та автоматизації дозволяє оптимізувати управління потоками туристів, покращує якість обслуговування і знижує операційні витрати. Зростає використання алгоритмів машинного навчання для персоналізації послуг, що підвищує задоволеність клієнтів і їхню лояльність. Віртуальна реальність дає змогу подорожувати віртуально, що зменшує залежність від фізичних відвідувань і стимулює інтерес до нових напрямків. У 2023 році міжнародний туризм відновлюється після пандемії, і кількість туристів майже повернулася до рівня 2019 року, що свідчить про стабільний попит. Це спонукає уряди і компанії інвестувати в інноваційні рішення для задоволення зростаючого попиту, акцентуючи увагу на нових технологіях і сталому розвитку.

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ У ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Кроки для підвищення ефективності інновацій у міжнародному туризмі для конкурентоспроможності країн

На сьогоднішній день розуміння конкретних дій щодо підвищення рівня інновацій напряду впливає на розвиток міжнародного туризму в умовах постійної конкуренції між країнами. Цей розділ створений для аналізу найбільш впливових показників інноваційності на міжнародні прибуття туристів. Важливою частиною розгляду даної залежності є Глобальний індекс інноваційності за країнами та загальний показник прибуттів за країнами. Було використано кореляційно-регресійний аналіз для дослідження залежності та взаємозв'язків між основними показниками інноваційності, що дозволяє зрозуміти найбільш важливі з них для подальшого розвитку. Це дозволяє визначити сутність найбільш ефективних з них та надати більше рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності для країн. Розрахунки було проведено в MS Excel.

Для проведення дослідження у наведеній нижче таблиці 3.1. визначимо взаємозалежність міжнародних прибуттів і показниками рейтингу інноваційності країн (інституції, дослідження людських ресурсів та капіталу, інфраструктура, вибагливість ринку, вибагливість бізнесу, результати у сфері знань та технологій, творчі досягнення). Ці дані було взято з статистичних даних зазначених раніше. Для цього визначення позначимо показники так:

Y – кількість міжнародних прибуттів, млн осіб;

X1 – інституції;

X2 – дослідження людських ресурсів та капіталу;

X3 – інфраструктура;

X4 – вибагливість ринку;

X5 – вибагливість бізнесу;

X6 – результати у сфері знань та технологій;

X7 – творчі досягнення.

Таблиця 3.1.

Матриця початкових даних для побудови кореляційно-регресійного аналізу за міжнародними прибуттями туристів та показниками Індексу інноваційності країн

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1	0,210586	0,616311	0,689231	-0,40311	0,205391	-0,14462	-0,21501
X1	0,210586	1	-0,25399	-0,25399	0,165315	0,383707	0,184763	-0,06216
X2	0,616311	-0,25399	1	0,31528	-0,23275	0,063852	-0,1925	-0,33051
X3	0,689231	-0,25399	0,31528	1	-0,15599	0,215058	0,039789	0,057292
X4	-0,40311	0,165315	-0,23275	-0,15599	1	0,410032	0,653157	0,308922
X5	0,205391	0,383707	0,063852	0,215058	0,410032	1	0,609768	-0,33897
X6	-0,14462	0,184763	-0,1925	0,039789	0,653157	0,609768	1	0,37786
X7	-0,21501	-0,06216	-0,33051	0,057292	0,308922	-0,33897	0,37786	1

Джерело: [складено автором за матеріалам 36, 41, 56].

Наведені дані в таблиці 3.1. зображують залежність, а саме показника X1 (інституції) має помірну кореляцію з кількістю міжнародних прибуттів (Y), що свідчить про те, що розвиток інституційних механізмів певною мірою сприяє зростанню міжнародного туризму. Показник X2 (дослідження людських ресурсів та капіталу) та X3 (інфраструктура) також демонструють помірний позитивний зв'язок із Y, що вказує на те, що покращення цих показників може сприяти зростанню кількості туристів. X4 (відкритість ринку) і X5 (відкритість бізнесу) мають невеликий або можна сказати відсутній зв'язок з міжнародними прибуттями, що може свідчити про те, що ці фактори менш критичні для залучення туристів або не є ключовими елементами у привабливості країни для іноземних гостей. Показники X6 (результати у сфері знань та технологій) та X7 (творчі досягнення) також мають невисокі коефіцієнти кореляції з Y, що вказує на

слабкий вплив інноваційності у сфері знань і технологій на туристичні прибуття.

Результати багатофакторного регресійного аналізу, що зазначені в таблиці 3.2. свідчать про доволі сильну силу зв'язку між досліджуваними змінними компонентами. Наведено показник Множинний R, який дорівнює 0,879279843, зображує значно високу кореляцію між залежною змінною та незалежними змінними.

Таблиця 3.2.

Результат багатофакторного регресійного аналізу

Множинний R	0,879279843
R-квадрат	0,773133042
Нормований R-квадрат	0,02090131
Стандартна помилка	17,44404104
Спостереження	10

Результати отримано за допомогою MS Excel.

Важливий показник R-квадрат (0,773133042) вказує, що 77,31% варіації міжнародних прибуттів туристів до країн пояснюється змінами в незалежних змінних, тобто складові показники Глобального індексу інноваційності за яким було оцінено країн. Це свідчить про високу ефективність моделі в прогнозуванні міжнародних прибуттів, а саме через те, що велика частка залежної змінної пояснюється саме досліджуваними факторами.

Загалом, аналіз показує, що для залучення міжнародних туристів найважливішими факторами є розвиток інституцій, інвестиції в людські ресурси та інфраструктуру. Водночас показники відкритості ринку, бізнесу та інновацій мають менш значний вплив на кількість міжнародних прибуттів.

Після проведеного багатофакторного регресійного аналізу наступним кроком було проведено формулювання рівняння регресії, що дозволяє

оцінити та визначити загальний вплив показників Глобального індексу інноваційності країн. Було отримане рівняння, яке має наступний вигляд:

$$Y=0,759235831+0,3X_1+2,13X_2+0,6X_3-0,95X_4+1,37X_5-0,82X_6+0,82X_7$$

Отримане рівняння регресії відображає важливу залежність загальної кількості міжнародних прибуттів туристів від обсягів інноваційності за визначеними компонентами.

Отримане рівняння регресії показує, як різні фактори впливають на кількість міжнародних прибуттів туристів. Показник інституцій (X_1) має слабкий позитивний вплив (0,3), що свідчить про незначний, але сприятливий вплив на туризм. Показник досліджень людських ресурсів та капіталу (X_2) із коефіцієнтом 2,13 вказує на значний позитивний ефект, тобто інвестиції в людські ресурси й капітал є важливим фактором для залучення туристів. Також інфраструктура (X_3) має помірний позитивний вплив (0,6), що підкреслює важливість цього чинника для розвитку міжнародного туризму.

Інші показники мають різний вплив на туристичні прибуття. Відкритість ринку (X_4) має негативний коефіцієнт (-0,95), що може свідчити про те, що надмірна відкритість ринку створює певну нестабільність або конкуренцію, яка зменшує туристичну привабливість. Натомість відкритість бізнесу (X_5) із коефіцієнтом 1,37 має суттєвий позитивний вплив, що вказує на важливість бізнес-клімату в країні для залучення туристів.

Результати у сфері знань та технологій (X_6) мають негативний вплив (-0,82), можливо, через те, що надмірний акцент на високих технологіях є менш привабливим для туристів. Творчі досягнення (X_7) із коефіцієнтом 0,82 показують позитивний, хоча й незначний, вплив, що свідчить про важливість культурних здобутків для туризму. Загалом, найсильніший позитивний ефект на міжнародні прибуття мають інвестиції в людські ресурси (X_2) та відкритість бізнесу (X_5).

На основі зробленого дослідження було зроблено SWOT-аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність країн.

Таблиця 3.3.

SWOT-аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність країн

Сильні сторони: – підвищення якості послуг; – покращення ефективності туристичного бізнесу; – зменшення витрат; – збільшення кількості туристів; – розвиток ринку стійкого міжнародного туризму.	Слабкі сторони: – висока вартість самого впровадження інновацій; – обмежена кількість якісних кадрів; – можливі кібератаки; – залежність від інфраструктури.
Можливості: – розвиток нових видів туризму; – вихід на нові ринки; – скорочення пливу на навколишнє середовище.	Загрози: – ще більше посилення конкуренції; – швидка змінюваність технологій; – різноманітність побажань вибагливих туристів.

Джерело: [складено автором].

Загалом, визначено достатню кількість сильних сторін впливу інновацій на конкурентоспроможність країн світу. Інноваційні рішення провокують покращення туристичного досвіду за рахунок більш точного врахування потреб клієнтів, автоматизації процесів і створення більш персоналізованих послуг. Застосування цифрових технологій, таких як аналіз великих даних, автоматизація бронювання) дозволяє туроператорам швидко відповідати на запит потенційних туристів, при цьому зменшуючи витрати та підвищуючи рентабельність.

При цьому розглядаючи слабкі сторони, можна виділити те, що інноваційні рішення часто вимагають значних інвестицій, що може бути дійсною проблемою для деяких країн з обмеженими ресурсами. При цьому

доволі яскравою проблемою можна визначити потребу кваліфікованого персоналу, який може бути обмеженим у певних країнах.

Окремо варто зазначити проблему ризиків винесення персональних даних туристів. Саме використання цифрових технологій збільшує небезпеку кібератак. Інновації вимагають сучасної інфраструктури (швидкісний інтернет, міцні системи безпеки), яка може бути недостатньо розвинена в ряді країн.

Загрозами важливо визначити високу динаміку інновацій в сучасному світі, що може призвести до швидких втрат актуальності щойно впроваджених вартісних технологій. Це в свою чергу вимагає додаткових витрат, при цьому посилюючи конкуренцію на міжнародному туристичному ринку. Глобальні економічні кризи також можуть негативно впливати на інвестиції в інновації, що зменшує фінансування для розвитку нових технологій та інноваційних рішень у туризмі окремих країн. При цьому, інновації можуть бути незрозумілими або неприйнятними для окремих народів та груп туристів, що може знизити привабливість певних послуг або напрямків.

Можливості при цьому надають величезну кількість нових напрямків для зміцнення конкурентоспроможності окремих країн. Більш можливим за впровадження інновації стає вихід на все нові ринки, розширення туристичних можливостей. Це в свою чергу формує нові туристичні напрямки, такі як екотуризм, медичний туризм, подорожі з використанням технологій віртуальної реальності тощо.

Більш інтерактивний досвід для туристів дозволяють спровокувати збільшення міжнародних прибуттів за впровадження мобільних додатків з туристичними послугами та інформацією, рекомендаціями та зворотнім зв'язком.

Аналізуючи все вищезазначене можна визначити, що впровадження інновацій у міжнародному туризмі має значний потенціал для підвищення

рівня конкурентоспроможності країн, проте потребує ретельного планування та усунення можливих ризиків для досягнення стійкого та стабільного результату.

У сучасних умовах цифровізація та інновації відкривають нові можливості для туристичного сектору. Використання інновацій дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, які забезпечують глибокі та індивідуалізовані враження для кожного туриста. Наприклад, завдяки технологіям доповненої реальності та віртуальних турів, туристи можуть знайомитися з визначними пам'ятками ще до прибуття, що стимулює інтерес до подорожей і формує попит на нові послуги.

Країни, що інвестують у розвиток технологічних рішень, мають можливість не лише залучати нових туристів, але й зміцнювати лояльність постійних відвідувачів. Високоякісний сервіс і новітні послуги, що задовольняють сучасні потреби туристів, сприяють формуванню позитивного іміджу країни та збільшенню повторних відвідувань. Крім того, інновації допомагають диференціювати туристичні продукти, що дає змогу країнам вигідно виділятися на тлі конкурентів.

3.2. Перспективні напрямки розвитку міжнародного туризму за умов впровадження нових інноваційних рішень

Розвиток міжнародного туризму стикається з численними викликами в сучасному глобальному середовищі. Попри його економічний потенціал, супроводжується низкою проблемних аспектів, які стримують галузь і створюють значні виклики. Як один з найбільших секторів світової економіки, туризм зазнає впливу глобалізації, інноваційних технологій, а також політичних і економічних змін, що зумовлюють потребу адаптації до

мінливих умов ринку. Серед основних проблем, що стримують розвиток галузі, слід відзначити екологічні ризики, економічну нестабільність у деяких регіонах і культурні розбіжності.

Екологічна проблема є однією з головних перешкод для сталого розвитку міжнародного туризму. Значний обсяг авіап перевезень призводить до збільшення викидів вуглецю, а популяризація масового туризму зумовлює надмірне використання природних ресурсів, зокрема води. Це негативно впливає на природні зони та призводить до зниження їхньої привабливості в довгостроковій перспективі. До того ж економічний вплив туризму може стати однобоким, створюючи дисбаланс у місцевих економіках і загрожуючи втраті культурної унікальності регіонів, коли культурні об'єкти перетворюються на засоби задоволення туристичного попиту [46].

Пандемія суттєво вплинула на глобальну економіку, але особливо постраждали галузі подорожей і туризму, де спостерігаються тривалі зміни у споживчій поведінці. Обмеження на подорожі, впроваджені багатьма країнами, зокрема суворі карантинні заходи для в'їзду до таких країн, як Китай, та для китайських туристів, що виїжджають за кордон, призвели до спаду туристичних потоків. Навіть з послабленням обмежень порівняно з 2021 роком, обережність щодо подорожей залишається, зокрема через занепокоєння новими варіантами вірусу: згідно з дослідженнями, 55% мандрівників продовжують враховувати ці ризики, 70% уникають певних напрямків, а 56% надають перевагу ближчим маршрутам і менш багатолюдним місцям.

Додатковий тиск на індустрію створює геополітична нестабільність, що впливає на економічну активність у сфері туризму. За прогнозами Euromonitor, витрати на міжнародні подорожі цього року складатимуть лише 45% від рівня 2019 року, а війна в Україні призвела до скорочення обсягів в'їзного туризму на 7 мільярдів доларів через закриття авіапростору

та підвищення цін. Геополітичні ризики створюють значні економічні перешкоди, посилюючи невизначеність та знижуючи потенціал для швидкого відновлення індустрії [47, 48].

Туристична інфраструктура у багатьох країнах потребує оновлення та вдосконалення, щоб відповідати сучасним запитам і забезпечувати конкурентоспроможність на світовому ринку. Застаріла інфраструктура обмежує можливості залучення туристів і знижує якість обслуговування, що впливає на економічний розвиток галузі. Щоб подолати ці виклики, уряди, туристичні ради та маркетингові організації мають зосередитися на модернізації ключових елементів інфраструктури, що включає підвищення ефективності імміграційних процедур, автоматизацію реєстрації в готелях, розширення та покращення систем громадського транспорту, а також підтримку у місцях прибуття та від'їзду туристів [49].

Посилення інвестицій в інфраструктуру, зокрема на рівні державної підтримки, є критичним для підвищення рівня безпеки та якості послуг у туризмі. Державні органи разом із приватним сектором мають залучати додаткові економічні а людські ресурси, спрямовані на створення привабливого середовища для відвідувачів, що в перспективі сприятиме стабільному зростанню туристичних потоків та підвищенню економічної вигоди від галузі [50].

У 2022 році інфляція у багатьох країнах досягла найвищих показників за останні десятиліття: у Великій Британії рівень інфляції сягнув 9,1% — максимуму з 1982 року. Причини цього включають перебої у ланцюгах постачання після пандемії COVID-19, зростання споживчого попиту на фоні високої зайнятості, а також стрибок цін на енергоносії, зокрема через війну в Україні. Для туристичної галузі така економічна ситуація є серйозним викликом, адже зростання цін обмежує купівельну спроможність споживачів і їхню готовність витратити на подорожі.

За даними Euromonitor, 63% керівників туристичних компаній зазначили, що інфляція має помітний або сильний вплив на їхній бізнес. У відповідь більше половини світових туристичних компаній змушені були підняти ціни на свої послуги. Для туристів це означає значне підвищення вартості авіаквитків, проживання та оренди автомобілів, що може обмежити попит на міжнародні подорожі й ускладнити вихід галузі на докризові обсяги [51, 52].

Поряд із зростанням цін, економічні труднощі, такі як нестача персоналу та перебої в ланцюгах постачання, змушують багатьох постачальників скорочувати обсяг або рівень обслуговування. Дефіцит робочої сили негативно впливає на здатність туристичних компаній задовольняти очікування клієнтів, що є критично важливим для якості обслуговування в цій галузі.

Хоча глобальна зайнятість у секторі подорожей та туризму дещо відновилася у 2022 році порівняно з попереднім роком, кількість робочих місць у цьому секторі все ще залишається нижчою за допандемічні показники, досягнувши 295 мільйонів робочих місць. Очікується, що у 2023 році цей показник зросте до 320 мільйонів. Оскільки сектор подорожей та туризму охоплює різноманітні сфери — від транспорту й розміщення до харчування й напоїв — кожна з них досі відчуває наслідки пандемії COVID-19, що продовжує впливати на стабільність та відновлення галузі [53].

Споживачі все більше звертають увагу на питання сталого розвитку туристичних напрямків, прагнучи зберегти природні ресурси та культурний потенціал країн. Туризм наразі відповідає за близько 8% глобальних викидів вуглецю, згідно з даними Sustainable Travel International, що підштовхує галузь до інтеграції екологічних практик у свої послуги. Оскільки зміна клімату дедалі сильніше впливає на довкілля, туристичні компанії повинні враховувати ці тенденції у своїх стратегіях, особливо

зважаючи на підвищений інтерес молодого покоління до екологічної відповідальності та збереження природи.

Стійкість туристичної галузі також підривають природні катастрофи, такі як цунамі, землетруси, повені та виверження вулканів, що становлять постійний ризик для популярних туристичних напрямків. Наприклад, у відповідь на політичну та економічну нестабільність, компанія TUI торік припинила тури до Шрі-Ланки. Сідней також зазнав значних втрат через четверту масштабну повінь за два роки, коли за вихідні випала річна норма опадів Лондона [54].

Питання управління туристичною галуззю, враховуючи її специфіку, є предметом уваги міжнародних організацій, урядів і місцевих компаній по всьому світу. Необхідно підходити до цього стратегічно — через створення довгострокових програм розвитку та планів реалізації інноваційних рішень, що враховують майбутні виклики галузі [55].

Інтеграція ІТ-технологій та розвиток інформаційно-телекомунікаційних мереж стають ключовими факторами для розвитку туризму. Близько 68,2% споживачів шукають інформацію про подорожі в Інтернеті, де легко знаходять відомості про види відпочинку, ціни, транспорт, проживання, культурні особливості країн та дозвілля. Такий спосіб не лише швидкий, але й зручний, оскільки онлайн-бронювання здійснюється миттєво. Щорічно в мережі фіксується приблизно 148,3 млн туристичних бронювань, і цей показник продовжує зростати. Інвестиції в маркетинг та розвиток інформаційної інфраструктури створюють суттєві конкурентні переваги для учасників ринку [11].

Попит на нові кадри в міжнародному туризмі зростає, і для повного відновлення сектора необхідний час для залучення та навчання співробітників. Після пандемії на перший план вийшли питання безпеки та добробуту, що стало основним пріоритетом для мандрівників. Подорожі тепер супроводжуються новими обмеженнями й стандартами, які покликані

підтримати відновлення галузі та забезпечити турботу про здоров'я кожного туриста [56].

Забезпечення кваліфікованими кадрами стало важливим викликом для туристичної індустрії на етапі відновлення. Оскільки попит на подорожі поступово зростає, необхідно залучати нових фахівців та надавати їм належне навчання, щоб відповідати зростаючим очікуванням споживачів. Підготовка працівників до сучасних стандартів обслуговування та безпеки особливо важлива в умовах підвищеної уваги до здоров'я і безпеки після пандемії.

Окрім цього, посилена увага до гігієнічних норм і нових правил безпеки стала невід'ємною частиною туристичної сфери. Мандрівники очікують на прозорі, зрозумілі протоколи і заходи, що забезпечують їхнє здоров'я під час поїздок. Це спонукає авіакомпанії, готелі та інші туристичні установи активно вдосконалювати стандарти обслуговування та запроваджувати додаткові засоби захисту, зокрема безконтактні сервіси й онлайн-реєстрацію.

Загалом, однією з головних проблем є економічна нестабільність, що впливає на подорожі та туризм. Зростання інфляції та збільшення вартості нафти призвели до підвищення цін на транспорт і проживання, що негативно позначилося на купівельній спроможності споживачів. Це особливо важливо у світлі нещодавніх змін у світовій економіці, які уповільнюють відновлення туристичної галузі до допандемічного рівня. Хоча експерти зберігають обережний оптимізм, багато хто вважає, що повне повернення до рівнів 2019 року відбудеться не раніше 2024 року або пізніше.

Ще одним критичним викликом є проблема надмірного туризму, яка продовжує впливати на популярні туристичні напрямки. Зі збільшенням кількості туристів місцеві громади та навколишнє середовище страждають від таких наслідків, як перенаселеність, погіршення стану довкілля та

втрата місцевої культурної автентичності. Ці виклики вимагають переходу до більш сталих туристичних практик. Зацікавленим сторонам у сфері туризму важливо зосередитися на відповідальному споживанні та місцевому розвитку, який поважає як екологічний, так і культурний контекст, а також на впровадженні технологічних інновацій, які допоможуть керувати потоками відвідувачів і зменшити негативний вплив [57].

Нарешті, геополітична нестабільність, як-от конфлікт в Україні, становить регіональну загрозу для туристичної галузі. Хоча глобальні подорожі в основному залишилися незчепленими, певні регіони відчують прямі наслідки, а невизначеність у правилах подорожей або проблеми з безпекою можуть стримувати мандрівників. Крім того, пандемія зробила мандрівників більш свідомими щодо здоров'я та безпеки, що призвело до зростання туризму, орієнтованого на здоров'я, та попиту на більш безпечні умови подорожей. Ці тенденції, що розвиваються, в поєднанні із зовнішніми потрясіннями, створюють постійні перешкоди для безперешкодного розширення глобального туристичного сектору [58].

В свою чергу, інновації відкривають широкі можливості для вирішення основних викликів, що стоять сьогодні перед міжнародною туристичною галуззю. Завдяки інтеграції цифрових інструментів, систем зі штучним інтелектом та екологічно чистих технологій сектор може підвищити операційну ефективність, зменшити вплив на довкілля та покращити загальний досвід подорожей. Динамічні моделі ціноутворення та управління даними в режимі реального часу можуть зробити туризм більш доступним і стійким, а інновації в галузі охорони здоров'я та безпеки, такі як цифрові паспорти здоров'я та тури у віртуальній реальності, можуть відновити довіру споживачів на тлі постійної геополітичної невизначеності та невизначеності у сфері охорони здоров'я. Впроваджуючи ці інновації, туристична галузь може не лише адаптуватися до поточних викликів, але й

закласти фундамент для більш стійкого, сталого та ефективного майбутнього.

Інновації відіграють ключову роль, стимулюючи зміни в туристичній галузі. Зокрема, впровадження цифрових технологій та штучного інтелекту сприяє покращенню обслуговування та оптимізації процесів. Наприклад, завдяки штучному інтелекту можна прогнозувати попит, персоналізувати послуги та швидко реагувати на потреби клієнтів. Віртуальна та доповнена реальність дозволяють мандрівникам ознайомлюватися з місцями ще до поїздки, що допомагає в процесі вибору та планування.

Інновації також прискорюють адаптацію нових працівників, спрощуючи процес навчання через онлайн-платформи і симуляції, що зменшує потребу у витратах на традиційне навчання. Багато урядів та міжнародних організацій підтримують ці зусилля, надаючи гранти й фінансування на розвиток технологій у туристичному секторі.

Передбачено зростання популярності туристичних напрямків, пов'язаних із спортом, екотуризмом та здоровим способом життя в період з 2023 по 2027 роки. Такі подорожі, як відпочинок, орієнтований на йогу, оздоровчі процедури та лікувальні SPA-послуги, а також активний відпочинок на природі, здобудуть популярність, адже природа стає все більш привабливою для туристів після пандемії. Очікується, що в 2023 році 57% поїздок будуть пов'язані з цими видами туризму. Тому їх розвиток є важливою задачею для індустрії на сьогоднішній день [15].

Згідно з оцінкою експертів ЮНВТО, перспективи розвитку міжнародного туризму на найближчі роки є оптимістичними, але з певними застереженнями. Очікується, що відновлення до допандемічних рівнів відбудеться не раніше 2024 року, а причини для цього включають економічну нестабільність і негативні фактори, які сповільнюють відновлення. Зокрема, зростання інфляції та високі ціни на нафту призводять до збільшення витрат на транспорт і проживання, що, у свою

чергу, тисне на купівельну спроможність туристів і їх готовність до подорожей [59].

Інноваційні рішення відіграють вирішальну роль у вирішенні проблем, з якими стикається міжнародна туристична галузь. Однією з головних проблем є економічна напруга, спричинена зростанням інфляції та вартості подорожей. Такі технології, як цифрові платформи та інструменти на основі штучного інтелекту, можуть допомогти оптимізувати ціноутворення, спростити процеси бронювання та зробити більш персоналізовані пропозиції для споживачів, підвищуючи доступність та стимулюючи попит. Наприклад, динамічні моделі ціноутворення, керовані штучним інтелектом, можуть коригувати ціни на основі ринкових умов у режимі реального часу, допомагаючи як постачальникам, так і споживачам знаходити найкращі пропозиції. Крім того, впровадження безконтактних технологій і систем самореєстрації може зменшити операційні витрати, тим самим послабивши певний тиск на ціни.

Ключовим викликом є вплив туризму на навколишнє середовище. Для вирішення проблеми надмірного туризму та просування сталих практик, інновації в екологічно чистих технологіях, таких як електромобілі для транспорту, житло на сонячних батареях та рішення, що зменшують відходи, можуть значно зменшити вуглецевий слід галузі. Крім того, рішення для розумного туризму, такі як аналіз даних у режимі реального часу, можуть допомогти краще управляти туристичними потоками, зменшуючи затори в популярних DESTINATIONAX. Наприклад, додатки та цифрові інструменти, які відстежують щільність натовпу, можуть надавати туристам актуальну інформацію про менш переповнені альтернативи, тим самим розподіляючи навантаження на відвідувачів більш рівномірно і захищаючи вразливі екосистеми.

Крім того, компанії демонструють, які кроки вони зробили, щоб зменшити свій негативний вплив на оточуючий світ. Бізнес пропонує

клієнтам інструменти та інформацію про те, що вони можуть зробити на індивідуальному рівні, щоб зробити свої подорожі більш корисними для себе та з метою збереження довкілля.

Наприклад, Ryanair пропонує вуглецевий калькулятор на своєму веб-сайті, який дозволяє клієнтам зрозуміти викиди вуглецю під час кожного польоту, щоб вони могли компенсувати їх, якщо захочуть.

Готелі Hilton встановили енергоефективне освітлення у всіх своїх будівлях. Кораблі Royal Caribbean мають системи очищення, які видаляють 98% викидів діоксиду сірки з вихлопних газів. British Airways будує завод, який виробляє паливо з побутових відходів. Virgin Atlantic співпрацює з виробниками, щоб створити авіаційне паливо, яке утворюватиме на 50% менше вуглецю, ніж викопне паливо [54].

В умовах геополітичної нестабільності та занепокоєння щодо стану здоров'я, інновації в протоколах охорони здоров'я та безпеки, такі як цифрові паспорти здоров'я та дистанційний моніторинг стану здоров'я, мають важливе значення для відновлення довіри мандрівників до подорожей. Ці цифрові рішення забезпечують стандартизацію та доступність заходів з охорони здоров'я та безпеки, роблячи подорожі безпечнішими для всіх [60, 61].

Крім того, технології доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR) дозволяють туристам дистанційно досліджувати напрямки перед фізичною подорожжю, що може зменшити невизначеність, пов'язану з геополітичними ризиками. Такі інновації не лише захищають здоров'я населення, але й пропонують нові способи взаємодії з туризмом. Туристична галузь може подолати свої поточні виклики і створити більш стійкі, життєздатні та ефективні системи для майбутнього [62].

Загалом, впровадження новітніх технологій і цілеспрямоване навчання кадрів сприяє підвищенню рівня сервісу та безпеки, що не лише підтримує

зростання попиту на подорожі, а й закладає основу для стійкого розвитку туристичної галузі.

Інновації також дозволяють країнам оптимізувати управління туристичним сектором, знижуючи витрати і підвищуючи ефективність. Наприклад, впровадження сучасних систем моніторингу потоків туристів дозволяє ефективніше планувати ресурси, уникаючи перенаселення туристичних зон і зменшуючи навантаження на природні та культурні об'єкти. Це підвищує якість туристичного досвіду та сприяє збереженню привабливості країни на довгий період.

Висновки до третього розділу

1. Було створено кореляційно-регресійний аналіз на основі показників складових Індексу інноваційності країн та Міжнародними прибуттями туристів. Даний аналіз дозволив відстежити залежність певних змінних, що дозволяє зробити висновки щодо інноваційних рішень у індустрії міжнародного туризму для зміцнення конкурентоспроможності країн.

Інноваційні рішення відіграють вирішальну роль у підвищенні конкурентоспроможності країн на ринку міжнародного туризму. Вони сприяють розвитку сучасної туристичної інфраструктури, підвищенню якості обслуговування, удосконаленню логістичних процесів та покращенню рівня безпеки. Країни, що активно впроваджують новітні технології, стають більш привабливими для туристів, створюючи умови, що відповідають сучасним стандартам комфорту та безпеки, які особливо цінуються мандрівниками з усього світу.

2. Коли туристична індустрія перебувала на піку розвитку, глобальні дисбаланси спричинили призупинення її зростання. Наразі міжнародним подорожам заважають невизначеність і занепокоєння. У цьому контексті ми стикаємося з величезними викликами, які стоять перед туризмом у світі, що швидко змінюється. Туристична індустрія повинна об'єднати зусилля та бути готовою швидко адаптуватися до нових умов і тенденцій.

Проте деякі з цих труднощів можуть стати можливістю для покращення та розвитку галузі міжнародного туризму. Для того, щоб забезпечити її сталий розвиток, необхідно постійно оновлювати її складові. Серед перспективних напрямів варто виділити інтеграцію новітніх ІТ-технологій, удосконалення інфраструктури, розвиток здорового, зеленого та спортивного туризму, а також впровадження екологічно чистих технологій, що будуть сприяти збереженню навколишнього середовища.

Проблеми, що виникли в міжнародному туризмі, стали особливо очевидними на тлі глобальних криз, таких як пандемія і політична нестабільність. Ці фактори призвели до значного зменшення туристичних потоків і змусили індустрію переглянути свої стратегії у сфері безпеки, обслуговування та розвитку інфраструктури. Водночас ці труднощі відкрили можливості для інтеграції інновацій, зокрема цифрових технологій, що дозволяють адаптувати туристичні послуги до нових реалій. Крім того, зростаючий інтерес до сталого туризму сприяє розвитку екологічно чистих напрямів, що відповідають вимогам сучасного суспільства щодо охорони навколишнього середовища.

Для вирішення цих проблем необхідно злагоджене співробітництво між усіма учасниками туристичної індустрії: державними органами, приватними компаніями та міжнародними організаціями. Ключовим

елементом успішного відновлення та розвитку туризму є стратегічне планування та постійне оновлення інфраструктури, зокрема через впровадження новітніх технологій та розширення можливостей інфраструктури. Це дозволить не лише подолати поточні труднощі, але й забезпечити сталий розвиток туризму в майбутньому, привертаючи нових туристів та зміцнюючи глобальну туристичну індустрію.

Інноваційні технології та розвиток цифрових платформ. Впровадження новітніх технологій, зокрема віртуальної та доповненої реальності, надає туристичній індустрії нові можливості для розширення досвіду подорожуючих. Цифрові платформи дозволяють покращити планування подорожей, пропонуючи персоналізовані маршрути, доступ до онлайн-екскурсій, а також оптимізацію процесів бронювання та оплат. Це не тільки покращує комфорт туристів, а й забезпечує зростання конкурентоспроможності туристичних компаній.

У відповідь на глобальні виклики змін клімату та зростаючу свідомість щодо охорони навколишнього середовища, перспективним напрямком розвитку міжнародного туризму є сталий туризм. Впровадження інноваційних рішень, таких як використання відновлювальних джерел енергії, зниження викидів вуглецю та збереження природних ресурсів, сприяє зменшенню негативного впливу туризму на екосистеми. Це дозволяє не тільки зберегти природні багатства, а й залучити туристів, які обирають екологічно відповідальні напрямки.

Інтеграція штучного інтелекту та автоматизація сервісів є важливою складовою інноваційності міжнародного туризму. Удосконалення процесів обслуговування через використання штучного інтелекту й автоматизації значно змінює обличчя туристичної галузі. Чат-боти, персоналізовані рекомендації та автоматизовані системи бронювання дозволяють оптимізувати взаємодію з клієнтами, підвищити ефективність

обслуговування та забезпечити швидкість і точність у наданні послуг. Це не лише збільшує задоволення туристів, але й допомагає знизити витрати та покращити управлінські процеси в туристичних компаніях.

Загалом, перспективні напрямки розвитку міжнародного туризму, зокрема впровадження інноваційних технологій, сталий туризм та автоматизація сервісів, відкривають нові горизонти для галузі. Ці інновації дозволяють значно покращити досвід подорожуючих, підвищити ефективність роботи туристичних компаній та зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Врахування екологічних аспектів і розвиток цифрових платформ сприяють створенню більш сталих та адаптованих до сучасних вимог туристичних продуктів. Таким чином, інноваційні рішення мають величезний потенціал для розвитку міжнародного туризму, забезпечуючи не лише економічну вигоду, але й соціальну та екологічну відповідальність.

ВИСНОВКИ

Впровадження нових технологій та нестандартних рішень дозволяє туристичним компаніям не тільки підвищити якість обслуговування, але й відкрити нові напрями для подорожей, розширити спектр послуг та задовольнити потреби сучасних туристів. Із розвитком цифрових технологій і збільшенням кількості туристів інновації стають ключовим фактором конкурентоспроможності на світовому ринку. Від впровадження онлайн-платформ для бронювання і віртуальних турів до екологічно чистих туристичних пропозицій – інновації допомагають туризму ставати доступнішим, зручнішим та більш стійким.

1. Дослідження визначення, видів і форм міжнародного туризму є ключовим для розуміння того, як різноманітні туристичні напрямки можуть приваблювати різні категорії туристів і відповідати на їхні унікальні потреби.

Різні види туризму – від масового до альтернативного, екологічного, медичного та інших – пропонують країнам можливість розширювати свої ринки й залучати нові групи туристів. Вивчення цих форм дозволяє створити чітку стратегію розвитку індустрії, що базується на адаптації до сучасних потреб туристів і покращенні якості обслуговування.

Туристична індустрія змінюється під впливом економічних, технологічних та соціокультурних чинників, що вимагає постійного дослідження її динаміки та інноваційних підходів. Інновації та зростання інтересу до сталого туризму підштовхує індустрію до впровадження нових стандартів, що сприяє підвищенню привабливості туристичних напрямків.

Дослідження змінюваності туризму та аналіз різних форм і видів туризму сприяють конкурентоспроможності країн на глобальному ринку. Країни, які успішно адаптують свої туристичні продукти та інфраструктуру

до сучасних тенденцій, мають більші шанси на залучення туристів і зміцнення свого економічного становища. Таке стратегічне позиціонування дозволяє країнам не тільки втримати своїх постійних відвідувачів, але й залучити нові ринки, що позитивно впливає на стабільність і зростання їхньої економіки.

2. Аналіз інновацій у міжнародному туризмі дозволяє зрозуміти, як галузь може ефективно реагувати на сучасні виклики, зокрема зміни клімату, зростаючі вимоги щодо безпеки та індивідуалізації послуг.

Інновації, як наукове явище, є ключовими факторами прогресу в різних галузях, зокрема й у міжнародному туризмі. У сучасному світі інноваційні процеси не лише визначають економічну ефективність, але й впливають на політичні, соціальні та культурні взаємодії між державами. Розвиток нових технологій, ідей та методів у сфері міжнародних відносин сприяє покращенню співпраці, підвищенню конкурентоспроможності країн на глобальній арені, а також допомагає вирішенню глобальних проблем.

Дослідження інновацій в контексті міжнародних відносин є важливим, оскільки дозволяє краще зрозуміти механізми впливу нововведень на економічне та політичне середовище, а також сприяє прогнозуванню майбутніх тенденцій у міжнародних відносинах. З огляду на швидкість змін, що відбуваються в світі, інновації мають безпосередній вплив на формування нових стратегій взаємодії між державами, що в свою чергу визначає ефективність міжнародних відносин.

3. Дослідження методів вивчення міжнародного туризму має вирішальне значення для розуміння глибинних процесів, які впливають на його динаміку та конкурентоспроможність країн. Використання різноманітних методологічних підходів дозволяє дослідникам здійснити всебічний аналіз галузі, від вивчення поведінки споживачів і ринкових трендів до оцінки впливу соціокультурних і економічних факторів. Такі методи допомагають виявити ключові чинники, які роблять певні напрямки

популярними серед туристів та підтримують їхню конкурентоспроможність на світовому рівні.

Таким чином, дослідження методів, що застосовуються у вивченні міжнародного туризму, є основою для якісного аналізу його ринку та динаміки. Воно дозволяє сформувані обґрунтовані рекомендації щодо розвитку туристичних продуктів, які б відповідали сучасним вимогам споживачів і міжнародним трендам. Розуміння таких методів сприяє тому, щоб інноваційні підходи були спрямовані на підвищення конкурентоспроможності туристичних напрямків, забезпечуючи їм стійкий розвиток і довгостроковий успіх на глобальному ринку

4. Глобальний туристичний ринок помітно відновився після зривів, спричинених пандемією COVID-19, зі значним зростанням за останні роки. У 2023 році кількість міжнародних туристів досягла 1,3 мільярда, що становить близько 88% від рівня до пандемії, оскільки сектор виграв від відкладеного попиту, покращеного рівня послуг. Очікується, що до 2024 року цей сектор повністю відновиться, а кількість міжнародних прибуттів перевищить рівень 2019 року на 2%.

Надходження від міжнародного туризму склали 1,4 трлн доларів США, що становить майже 93% від 1,5 трлн доларів США, зароблених у 2019 році. Це свідчить про стійкість сектора, оскільки світовий туризм становить приблизно 3% світового ВВП.

Імовірно, що міжнародний туризм продовжить свою висхідну траєкторію. Незважаючи на такі виклики, як інфляція та високі транспортні витрати, загальний прогноз залишається позитивним, оскільки туристичний сектор стає все більш важливим учасником глобального економічного зростання.

5. Ринок інноваційних рішень спостерігав значне зростання завдяки прогресу в області штучного інтелекту, хмарних обчислень і кібербезпеки. Згідно з дослідженнями наведеними в роботі, очікується, що глобальні

інвестиції продовжуватимуть зростати. Компанії також все більше зосереджуються на ролі штучного інтелекту в підвищенні операційної ефективності та пропонуванні інноваційного досвіду для клієнтів .

.Загалом, конкурентоспроможність країни на ринку міжнародного туризму значною мірою залежить від здатності адаптуватися до глобальних змін і впроваджувати інновації. Країни, що активно інвестують у новітні технології та екологічні ініціативи, створюють сприятливі умови для зростання туристичного потоку. Це не лише забезпечує економічну стабільність, а й сприяє формуванню позитивного іміджу країни, який приваблює туристів та інвесторів у довгостроковій перспективі.

6. Цим самим варто визначити, що інновації в туризмі відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності країн, дозволяючи їм відрізнятись на глобальному ринку і приваблювати нові потоки туристів. Згідно з даними Світового економічного форуму, інноваційний підхід до інфраструктури та цифрових послуг дозволяє країнам підтримувати високі темпи зростання в туристичній галузі.

Ще одним прикладом є Данія, яка активно використовує інновації для розвитку сталого туризму. За допомогою технологій обробки даних та систем управління природними ресурсами країна успішно контролює негативний вплив масового туризму на навколишнє середовище, одночасно підтримуючи високий рівень туристичної привабливості.

Таким чином, інновації в галузі туризму не тільки сприяють залученню нових туристів, але й допомагають країнам зберігати конкурентні переваги, адаптуючи свої стратегії до змін у потребах і очікуваннях споживачів.

7. Факторний аналіз, проведений сьогодні, дозволив глибше зрозуміти вплив різних факторів на конкурентоспроможність у галузі міжнародного туризму. Завдяки виділенню ключових чинників, таких як інновації, зміни в потребах споживачів, економічні умови та технологічні досягнення, ми змогли зрозуміти, які з них є найбільш значущими для розвитку та адаптації

туристичних напрямків. Аналіз допомагає визначити сильні і слабкі сторони, що є основою для розробки ефективних стратегій, що підвищують конкурентоспроможність.

Важливість таких аналізів полягає в тому, що вони дають можливість не лише оцінити поточний стан ринку, а й передбачити майбутні зміни, дозволяючи компаніям та державам адаптувати свої стратегії до нових умов. Зокрема, факторний аналіз допомагає ідентифікувати ключові можливості для інновацій, а також ризики, які можуть загрожувати розвитку, що дає змогу приймати обґрунтовані рішення на основі конкретних даних, а не спекуляцій. Такий підхід є критично важливим для забезпечення сталого розвитку у динамічно змінному світі туризму.

8. Аналіз проблемних сторін індустрії інновацій у міжнародному туризмі є надзвичайно важливим для зміцнення конкурентоспроможності країн. Визначення і розуміння ключових проблемних аспектів, таких як недосконала інфраструктура, обмежений доступ до новітніх технологій або недостатній рівень кваліфікації кадрів, дозволяє своєчасно виявляти слабкі місця і формулювати стратегії для їх подолання. Наприклад, у багатьох країнах, де розвиток інновацій у туризмі стикається з перешкодами через відсутність належної цифрової інфраструктури або обмежений доступ до фінансування, подолання цих проблем може стати основним напрямком для підвищення конкурентоспроможності.

З іншого боку, важливою є розробка шляхів покращення цієї індустрії через впровадження новітніх технологій. Країни, які активно впроваджують інновації, можуть не тільки поліпшити рівень обслуговування туристів, але й досягти сталого економічного розвитку, де інноваційні стратегії в туризмі суттєво підвищили їх глобальну конкурентоспроможність .

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм», №324/95-ВР. Редакція від 16.10.2020 р. // URL: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm (дата звернення 15.09.2024)
2. Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю.В., 2022. 246 с.
3. Любчук О. К. Організація туризму. Основи туризмознавства: навч. посібник. Маріуполь : ГВУЗ «ПДТУ», 2018. 154 с.
4. Створення перших туристичних об'єднань і міжнародних організацій // URL: <https://buklib.net/books/25068/> (дата звернення 15.09.2024)
5. Торяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмологія: підручник. Д. : ДГУ, 2022. 306 с.
6. Становлення туризму в Україні в контексті міжнародних відносин // URL: <https://buklib.net/books/31376/> (дата звернення 15.09.2024)
7. Литвин О. В., Акулов М. Г., Основи туризмознавства: навчальний посібник / Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; Умань : Візаві, 2019. 169 с.
8. Хартія туризму // URL: https://leksika.com.ua/12801013/turizm/hartiya_turizmu (дата звернення 15.09.2024)
9. Андрущенко О.С., Організація туристичної діяльності. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2022, 144 с.
10. Міжнародне правове регулювання туризму // URL: <https://infotour.in.ua/sokolova-2.htm> (дата звернення 15.09.2024)

11. Міжнародні акти, які регулюють туристичну діяльність // URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo85.htm (дата звернення 15.09.2024)
12. Уварова Г. Ш., Мелько Л.Ф., Туристичне країнознавство: навч. посіб. К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2022. 410 с
13. Особливості та сучасні аспекти функціонування ринку туристичних послуг // URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vasylyha.htm (дата звернення 15.09.2024)
14. Економічні основи туристичної діяльності: класифікація туризму. // URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo34.htm (дата звернення 15.09.2024)
15. Класифікація туризму за охопленням території // URL: https://pidru4niki.com/1259060543547/turizm/klasifikatsiya_turizmu_ohoplenn_yam_teritoriyi (дата звернення 15.09.2024)
16. International Journal of Multidisciplinary Research and Development. MICE TOURISM, Manzoor Ahmad Khan. // URL: https://www.academia.edu/33651079/MICE_TOURISM (дата звернення 15.09.2024)
17. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Основи туризмознавства як теоретичне вивчення сутності туризму. Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу: монографія /за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С.410-425
18. Коваль Л.А., Романчук С.А Розвиток наукової думки про інновації - як предмет особливої трудової діяльності // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, вип. 22, ч.ІІ. – Кіровоград: КНТУ, 2012.– 470 с
19. Шумпетер Й., Теорія економічного розвитку. 1911 р., 350 ст.

20. Думанська І.Ю., «Сутність, критерії та наукові підходи до трактування категоріального апарату теорії інноваційної діяльності», Вип. 13.

21. Терехух А. А., «Інноваційний імператив економічного розвитку. Ефективна економіка». // URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_8 (дата відкриття: 24.09.2024).

22. Терехух А. А. «Інноваційний імператив економічного розвитку», Ефективна економіка. // URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_8 (дата перегляду: 24.09.2024).

23. Інноваційний розвиток економіки : модель, система управління, державна політика / за ред. Л. Федулової. – К. : Основа, 2005. – 522 с.

24. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 30.03.2023 No 2849–IX // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата відкриття: 24.09.2024).

25. Фурсіна О. В. Класифікація інновацій та зміст економічної діяльності / О. В. Фурсіна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – No 11 (20). – С. 11-13.

26. Луциків І. Економічна суть інноваційної діяльності / І. Луциків // Галицький економічний вісник. - 2010. - No 2 (27). - С. 89-95.

27. Economic Impact Reports // URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact/economic-research/economic-impact-analysis> (Last accessed 15.09.2024).

28. International tourism receipts worldwide, % of total export // URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?view=chart> (Last accessed 15.09.2024).

29. Tourism satellite account: Year ended March: statistics. // URL: <https://www.mbie.govt.nz/assets/Data-Files/Tourism-research-and-data/Tourism-Satellite-Account/tourism-satellite-account-year-ended-march-2021-tables-1-18.xlsx> (Last accessed 15.09.2024)

30. UNWTO International tourism Highlights. 2019. // URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf (Last accessed 15.09.2024)
31. UNWTO International Tourism Highlights. 2020. // URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf (Last accessed 15.09.2024)
32. Global and regional tourism performance. // URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (Last accessed 15.09.2024)
33. Туризм у Іспанії // URL: <http://www.geograf.com.ua/spain/530-spain-tourism> (дата звернення 15.09.2024)
34. Туризм у США // URL: <http://www.geograf.com.ua/usa/254-usatur> (дата звернення 15.09.2024)
35. Tourism in Denmark: world date. // URL: <https://www.worlddata.info/europe/denmark/tourism.php> (Last accessed 15.09.2024)
36. UNWTO International tourism Highlights. 2020. // URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf (Last accessed 15.09.2024)
37. Tourism receipts and spending // URL: <https://data.oecd.org/industry/tourism-receipts-and-spending.htm> (Last accessed 15.09.2024)
38. Visualizing the Countries Most Reliant on Tourism // URL: <https://www.visualcapitalist.com/countries-reliant-tourism/> (Last accessed 15.09.2024)
39. Fact Sheet Balance of Trade 2021. // URL: <https://www.trade.gov/sites/default/files/2021-03/Fact%20Sheet%20Balance%20of%20Trade%20FINAL.pdf> (Last accessed 15.09.2024)
40. World Tourism Innovation and Development Report (2021-2022). // URL: <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2022/03/World-Tourism-Innovation-and-Development-Report-2021-2022.pdf> (Last accessed 22.09.2024)

41. GII 2023 results The GII unveils the world's innovation leaders, gauging the innovation performance of 132 economies. // URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-section1-en-gii-2023-results-global-innovation-index-2023.pdf> (Last accessed 22.09.2024)

42. Most Visited Countries in the World 2024: Statistics // URL: <https://wptravel.io/most-visited-countries-in-the-world/> (Last accessed 22.09.2024)

43. A new itinerary for the tourism industry. // URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/a-new-itinerary-for-the-tourism-industry> (Last accessed 22.09.2024)

44. World Economic Forum. "Global competitiveness and sustainability trends in tourism 2023." // URL: <https://www.weforum.org/communities/travel-and-tourism-industry-community/> (Last accessed 22.09.2024)

45. WIPO. "Global Innovation Index 2023: Germany's focus on sustainable mobility and tourism." // URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf> (Last accessed 22.09.2024)

46. Подлепіна П.О., Кученюк Л.В., Проблемні та перспективи розвитку міжнародного туризму в постковідному світі. Бізнесінформ №7. 2022 р. с. 155-161

47. 5 Mega Challenges Facing the Global Travel and Tourism Industry // URL: <https://escalent.co/blog/5-mega-challenges-facing-the-global-travel-and-tourism-industry/> (Last accessed 22.09.2024)

48. UNWTO World Tourism Barometer: January 2023 // URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf?VersionId=_2bbK5GIwk5KrBGJZt5iNPAGnrWoH8NB (Last accessed 22.09.2024)

49. Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку: Монографія / Кол. авторів; ред. Н. П. Мешко, В. Є. Редько, О.П. Крупський – Дніпро, Акцент ПП – 321 с.

50. Smart-інфраструктура у сталому розвитку міст: світовий досвід. Центр Разумкова, 2021. // URL: <https://razumkov.org.ua/uploads/other/2021-SMART-%D0%A1YTI-SITE.pdf> (Last accessed 22.09.2024)

51. Top 5 challenges confronting tourism and the travel industry // URL: <https://www.eliteasia.co/top-5-challenges-confronting-tourism-and-the-travel-industry/> (Last accessed 22.09.2024)

52. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.

53. Number of travel and tourism jobs worldwide from 2019 to 2022, with a forecast for 2023 // URL: <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/> (Last accessed 22.09.2024)

54. A fast-changing world: The massive challenges facing international tourism // URL: <https://obaninternational.com/blog/the-challenges-facing-tourism-in-2022/> (Last accessed 22.09.2024)

55. Іванунік В.О. Туристичний менеджмент : навч. посіб. / В.О. Іванунік І-229 Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 240 с.

56. World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2019 - March 2019 20 p.

57. What next for travel and tourism? Here's what the experts say // URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/06/what-next-for-travel-and-tourism-industry-experts-explain/> (Last accessed 22.09.2024)

58. Hospitality investor: Five big challenges facing the travel and tourism industry in 2024. // URL: <https://www.hospitalityinvestor.com/strategy/five-big-challenges-facing-travel-and-tourism-industry-2024> (Last accessed 22.09.2024)

59. What is over tourism and how can we overcome it? // URL: <https://www.weforum.org/stories/2023/10/what-is-overtourism-and-how-can-we-overcome-it/> (Last accessed 22.09.2024)
60. Trends in global tourism 2023 // URL: <https://visitworld.today/blog/1349/trends-in-global-tourism-in-2023> (Last accessed 22.09.2024)
61. International tourism back to 60% pf pre-pandemic levels // URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022> (Last accessed 22.09.2024)
62. The European Commission and WHO launch landmark digital health initiative to strengthen global health security // URL: <https://www.who.int/news/item/05-06-2023-the-european-commission-and-who-launch-landmark-digital-health-initiative-to-strengthen-global-health-security> (Last accessed 22.09.2024)
63. International tourism highlights. 2023 Edition. // URL: <https://tourismecotedivoire.ci/wp-content/uploads/2023/12/Tourism-Highlights.pdf> (Last accessed 22.09.2024)
64. Latest tourism data. // URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (Last accessed 22.10.2024)