

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

Факультет культурних і креативних індустрій  
Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на тему

**Інноваційні стратегії стимулювання попиту в сфері туризму**

---

Виконала: студентка групи БЗТУРск(н)-20  
спеціальності 242 Туризм  
освітньої програми Туризм  
Олександра ГОРОДЕЦЬКА

---

Керівник к.е.н. доц., Олег ШЕВЧЕНКО  
Рецензент д.г.н.проф., Анатолій ДОЦЕНКО

Київ 2023 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**  
Факультет культурних і креативних індустрій  
Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу  
Спеціальність 242 Туризм  
Освітня програма Туризм

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри  
туризму та готельно-ресторанного  
бізнесу

\_\_\_\_\_ Наталія БУНТОВА  
(підпис)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Городецькій Олександрі Юріївні

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема кваліфікаційної роботи Інноваційні стратегії стимулювання попиту в сфері туризму

Науковий керівник роботи Шевченко Олег Олександрович, к.е.н. доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання )

затверджені наказом КНУТД від 08 11 2022 р. № 224-уч

2. Строк подання студентом роботи 05.06.2023

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: Закони України, нормативні документи, Програма розвитку Закарпатської області, наукові джерела, інтернет-ресурси, публікації в ЗМІ та спеціалізованих виданнях, тези виступів на конференціях і форумах, статистичні дослідження та дані які характеризують об'єкт дослідження тощо.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібнорозробити) Вступ. Наукові засади досліджень інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму. Аналіз ринку інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Україні. Розробка напрямків розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту у Закарпатській області. Список літератури.

5. Дата видачі завдання 01.04.2023

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	01-05.05.2023	
2	Розділ 1. Наукові засади досліджень інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму	05-10.05.2023	
3	Розділ 2. Аналіз ринку інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Україні	11-18.05.2023	
4	Розділ 3. Розробка напрямків розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту у Закарпатській області	19-28.05.2023	
5	Висновки	29-31.05.2023	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	25.05.2023	
7	Здача кваліфікаційної роботи на кафедру для рецензування (за 14 днів до захисту)	05.06.2023	
8	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність текстових співпадінь та помилок (за 10 днів до захисту)	05-09.06.2023	
9	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	12.06.2023	

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

Олександра ГОРОДЕЦЬКА

Науковий керівник  
роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

Олег ШЕВЧЕНКО

## АНОТАЦІЯ

**Городецька О.Ю. Інноваційні стратегії стимулювання попиту в сфері туризму – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2023 рік.

Кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню теоретичних положень та обґрунтуванню практичних рекомендацій інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму. На підставі дослідження діяльності

«ТОВ «Сант Валентин» обґрунтовано основні проблемні питання поточного етапу розвитку підприємства, проведено комплексну діагностику діяльності підприємств, запропоновано набір стратегій. Обґрунтовано основні механізми імплементації стратегічних підходів «ТОВ «Сант Валентин» за рахунок активізації інвестиційно-інноваційної діяльності, що сприятиме довгостроковому баченню перспектив розвитку підприємства в сфері туризму.

*Ключові слова: інновації, стратегія, попит, стимулювання попиту, ефективність.*

## ABSTRACT

**Horodetska O.Yu. Innovative strategies for stimulating demand in the field of tourism - Manuscript.**

Bachelor thesis on specialty 242 Tourism. – Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2023. The final bachelor's thesis is devoted to the research of theoretical provisions and substantiation of practical recommendations of innovative strategies for stimulating demand in the field of tourism. On the basis of a study of the activities of "Sant Valentin" LLP, the main problematic issues of the current stage of the enterprise's development were substantiated, a comprehensive diagnosis of the enterprises' activities was carried out, and a set of strategies was proposed. The main mechanisms for implementing the strategic approaches of "St. Valentine LLC" through the intensification of investment and innovation activities are substantiated, which will contribute to a long-term vision of the prospects for the development of the enterprise in the field of tourism.

*Key words: innovation, strategy, demand, demand stimulation, efficiency.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>		3
<b>РОЗДІЛ 1 НАУКОВІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ</b>		6
1.1	Сутність та зміст поняття «інноваційний туризм»	6
1.2	Фактори розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму	15
1.3	Напрямки та можливості інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму	21
	Висновок до Розділу 1	26
<b>РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ</b>		28
2.1	Індустрія інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Україні : аналіз об’єктів та суб’єктів ринку	28
2.2	Умови формування інноваційних стратегій на тури в сфері туризму	35
2.3	Інноваційні стратегії в сфері туризму в Україні	37
	Висновок до Розділу 2	40
<b>РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПОПИТУ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ</b>		41
3.1	Сучасний розвиток інноваційних стратегій попиту туризму у Закарпатській області	41
3.2	Розробка інноваційного маршруту згідно даних ТОВ «Сант Валентин» у Закарпатську область	51
3.3	Система управління та перспективи розвитку інноваційних стратегій попиту у Закарпатській області	63
	Висновок до Розділу 3	72
<b>ВИСНОВКИ</b>		75
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>		77
<b>ДОДАТКИ</b>		82

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Основною метою будь-якої організації є максимальне використання інноваційних стратегій стимулювання в умовах сучасної зростаючої глобальної економічної кризи. Це викликано зростанням конкуренції, змінами в попиті та впливом соціальних і політичних факторів. Особливо сильно ці впливи відчуває галузь туризму, яка є особливо вразливою до зовнішнього впливу на споживчий попит.

Одним з ключових аспектів інноваційних стратегій стимулювання попиту в галузі туризму є використання цифрових технологій і онлайн-платформ. Завдяки Інтернету і соціальним мережам, туристичні компанії можуть ефективно просувати свої послуги, привертати увагу споживачів і залучати нових клієнтів [1, с. 80].

Це є важливим фактором у контексті сучасних викликів і тенденцій глобальної економічної кризи, де використання цифрових ресурсів стає необхідністю для підтримки розвитку туризму і подолання конкуренції, а також врахування соціальних і політичних чинників, що впливають на сферу туризму. Онлайн-бронювання готелів, авіаквитків, екскурсій та інших послуг стали невід'ємною частиною сучасного туристичного досвіду. Туристичні компанії використовують дані та аналітику, щоб зрозуміти потреби та уподобання своїх клієнтів і пропонувати індивідуальні туристичні пакети або рекомендації. Наприклад, за допомогою штучного інтелекту можна аналізувати попередні подорожі клієнта, його соціальні мережі та інші джерела інформації для створення персоналізованої пропозиції. Проблема дослідження інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму є предметом зацікавлення як закордонних, так і вітчизняних вчених. Серед вітчизняних дослідників, що вивчають стратегії стимулювання туризму, особливо відомі О. О. Бейдик [5, с. 80], М. Борушак [6, с. 80], Є. В. Панкова [28, с. 82], Л. В. Донцова [16, с. 81], Е. А. Алфіорова, М.І. Лісовська [1, с. 80], які запропонували свої бачення іноваційних стратегій розитку. Їх дослідження спрямовані на розробку і аналіз

ефективних підходів до стимулювання попиту в туристичній галузі, що допомагає розвивати індустрію та вирішувати її сучасні виклики. Проблема полягає в тому, що інноваційні стратегії багатьох компаній не співпадають з попитом [5, с. 80].

Таким чином, актуальність випускної кваліфікаційної роботи обумовлена важливістю дослідження інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму на різних етапах розвитку організацій, а також виявленням слабких сторін стратегічних планів. Дана дослідницька робота спрямована на розкриття нових можливостей та переваг, які пропонують інноваційні стратегії для розвитку туристичного сектору.

Аналізуючи інноваційні підходи до стимулювання попиту, можна виявити оптимальні шляхи привертання клієнтів, а також ідентифікувати недоліки і вразливість існуючих стратегічних планів, що впливає на подальші рішення і розвиток організацій в сфері туризму.

**Метою** кваліфікаційної роботи є аналіз стимулювання інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму на різних етапах розвитку та розробки пропозицій щодо вдосконалення.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- визначити огляд найбільш відомих інноваційних стратегій стимулювання попиту моделей;
- розглянути особливості інноваційних стратегій стимулювання попиту на різних етапах розвитку компаній;
- проаналізувати систему інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Закарпатській області;
- оцінити відповідність системи попиту етапу життєвого циклу компаній;
- розробити рекомендації з удосконалення системи інноваційних стратегій стимулювання попиту.

**Об'єкт** даного дослідження: дослідження інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Закарпатській області.

**Предмет дослідження:** є сукупність теоретико-методичних та динаміка розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту, структура туристичної діяльності, тенденції та перспективи розвитку туризму Закарпаття.

Відповідно до встановлених цілей та задач були обрані наступні **методи дослідження:** аналіз наукової літератури; аналіз документів і матеріалів компанії; спостереження; синтез, узагальнення отриманих результатів.

**Інформаційна база** дослідження в дипломній роботі представлена підручниками і науковими посібниками, публікаціями в ЗМІ та спеціалізованих виданнях, тезами виступів на конференціях і форумах, законами та нормативно-правовими актами всіх типів, статистичним матеріалом, даними підприємства.

**Апробація отриманих результатів.** Результати дослідження були апробовані на науково-практичній конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку», що проходила 25 квітня 2023 у Київському національному університеті технологій та дизайну, за її підсумками опубліковано тези: «Інноваційні стратегії стимулювання попиту в сфері туризму». Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції Вісник КНУТД. Економічні науки. 2023. м. Київ.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Робота містить 87 сторінки комп'ютерного тексту, 7 таблиць, 14 рисунків, список використаної літератури налічує 51 джерелі.



# РОЗДІЛ 1

## НАУКОВІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

### 1.1 Сутність та зміст поняття «інноваційний туризм»

Концепція інноваційного туризму представляє прогресивний підхід до типової галузі, зосереджуючись на просуванні передових технологій, створенні унікальних і нетрадиційних типових продуктів, а також на дослідженні нових маршрутів і форматів подорожей.

Тоді як, інноваційний туризм охоплює використання віртуальної та доповненої реальності для сприяння інтерактивному досвіду, розробки типових тематичних карт і подій, просування інноваційних форматів розміщення гостей, таких як коворкінг-готелі та коворкінг-спільноти, а також впровадження сучасних технологій підвищення якості обслуговування та спілкування з клієнтами [5, с. 395].

Окрім того, інноваційний туризм також націлений на удосконалення виробництва стандартних супровідних продуктів, адаптованих до нової аудиторії, особливо для молодих, винахідливих та креативних людей, які шукають нетрадиційні та персоналізовані враження від подорожей. Наприклад прогрес щодо застосування інноваційних типів друкарської продукції відіграє суттєву роль у зростанні цього сектора, оскільки для конкурентоспроможності стимулює впровадження енергоефективних технологій, практики зменшення відходів.

Тож інноваційний туризм охоплює широкий спектр аспектів у галузі, починаючи від піонерських технологій і розвитку цифрової інформації до створення нових форм і типів туризму. Наприклад архітектурний туризм, туризм, який демонструє місцеві особливості та розкопки, культурний туризм тощо.

Виходячи зі зібраних даних, техніка сприяє підвищенню прибутковості типового бізнесу шляхом впровадження нових продуктів і послуг, які задовольняють зростаючі потреби туристів. Інновації в типології можуть передбачати створення передових технологій та інфраструктури, покращення якості послуг, забезпечення безпеки туристів та дослідження нових напрямів типізації (таких як еко-типізм, культурний туризм) [1, с. 300].

Інновації інноваційної типографії відіграють ключову роль у сприянні загальному розвитку типової галузі. Це стимулює зростання попиту на типові послуги, залучає більшу кількість активних і залучених туристів і сприяє розвитку ефектних і впливових типових пропозицій. Крім того, інноваційний туризм служить каталізатором для впровадження значних досягнень і нових проектів у типовий сектор.

Крім того, інноваційний туризм сприяє виходу національних типових продуктів на міжнародний ринок друкованих виробів. Завдяки інноваціям стає можливим створювати більш привабливі та захоплюючі типові продукти, які ефективно задовольняють вимоги ринку, надають високоякісні послуги та надають пріоритет безпеки продукції. Ці фактори значно підвищують привабливість національних типових пропозицій для міжнародної аудиторії. Наприклад, використання передових технологій, таких як доповнена реальність, може призвести до більш захоплюючих та інтерактивних типових досвідів, які залучають більшу кількість туристів. Крім того, типові інноваційні продукти можуть запропонувати чудові послуги, такі як ефективні системи бронювання та першокласні послуги гіда та перекладу, що сприяє підвищенню рівня задоволення та безпеки для туристів. Ці фактори разом сприяють розширенню типової клієнтської бази та роблять типові продукти більш привабливими на міжнародних ринках [1, с. 300].

В Україні поділ країни на окремі території на основі практичного, соціального та економічного секторів призвів до значних відмінностей між різними регіонами. Відповідно до енциклопедичного словника географічних термінів регіон визначається як «велика окрема територіальна одиниця» [19].

Отже, у науковому дискурсі регіон розуміється як частина території, яка має схожі природні, соціально-економічні, національні та культурні умови розвитку. Вчені розглядають регіон як цілісну систему, де її елементи взаємопов'язані, дотримуючись принципів регіонально-цілісної репрезентації.

Розвиток туризму в Україні зумовлює необхідність поділу її території за впливом природних і соціально-економічних факторів. На думку української дослідниці Є. Панкової, за цими факторами диференціюють туристичні регіони та райони [28, с. 259]. Туристичний регіон – це територіальна туристична система, яка охоплює декілька туристичних районів, кожен з яких має унікальні характеристики та об'єднаний географічними, історичними та геологічними факторами.

Хоча стандартизовану схему туристичного планування ще належить створити, деякі дослідники виділяють чотири типові регіони: Карпатсько-Подільський, Польсько-Центральний, Дніпровсько-Донецький та Харківсько-Чорноморський регіони, які далі поділяються на 35 окремих туристичних районів як показано на *рис.1.1*.

Альтернативні класифікації регіонів включають такі: Карпатський (західний), Волинської-Тернопільський (північно-західний, або польський), Житомирська-Вінницький (буферний), Київський (центральний), Харківський (північно-східний), Дніпровська-Донецький (південно-східний), та Причорномопки (півд.). Спостерігається тенденція до об'єднання трьох Приморських районів в один Кримсько-Одесько-Азовський типовий регіон, при цьому наголошуючи на Карпатському типовому регіоні [28, с. 259].

Очевидно, що багато дослідників використовують специфічні підходи до районування для типової класифікації, включаючи поділ території на окремі таксономічні одиниці, що характеризуються варіаціями в типовій спеціалізації, структурі професійних навичок і траєкторіях їх розвитку, як показано на *рис. 1.2*. Виробничі характеристики визначаються природними умовами, їх географічним поширенням і тривалістю використання. [27, с. 352].



**Рис.1.1.** Туристичне районування (за Є. Панковою)

*Джерело:* побудовано автором на основі [28, с. 259].

Один з аспектів, що потребує уваги – це збалансоване поєднання використання природних ресурсів зі збереженням довкілля та екосистем. Рекреаційні зони повинні бути спроектовані таким чином, щоб забезпечити доступ до природних красот, одночасно мінімізуючи вплив на екологічну цілісність цих місць. Наприклад, обмеження на певні види діяльності, контроль за чисельністю відвідувачів та регулярне моніторингове дослідження можуть бути впроваджені для забезпечення сталого розвитку та збереження природних ресурсів.

Крім того, важливо враховувати соціокультурні аспекти під час районування для рекреаційних цілей. Розуміння місцевих культурних цінностей, традицій та способів життя може сприяти впровадженню відповідних

рекреаційних зон і підтримувати зв'язок між людьми та природою. Наприклад, можна враховувати інтереси місцевих громад у створенні і розвитку рекреаційних об'єктів, що відображають їхню унікальну культуру та традиції.



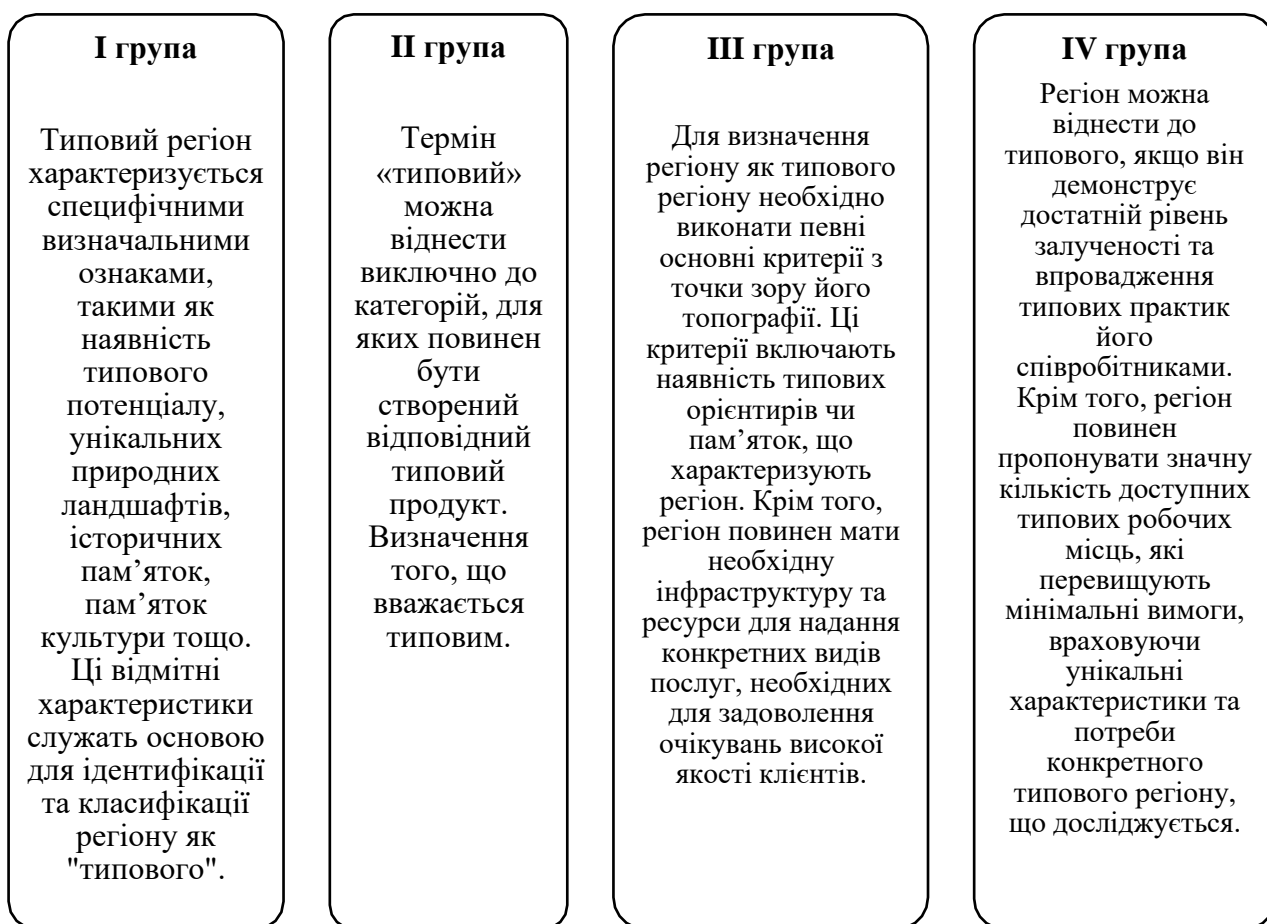
*Рис.1.2.* Рекреаційне районування території України (за О. Надтока)  
*Джерело:* побудовано автором на основі [27, с. 352].

У науковому дискурсі виникає поняття «видовий регіон». Географічна енциклопедія України визначає «лікувальну зону» як територіальну систему, що охоплює підсистеми тривалого і короткочасного відпочинку, санаторно-курортного лікування, типографії, а також поштового управління, переважно в межах економічного району [19]. Таким чином, виробнича зона об'єднує виробничі райони, до складу яких входять субрегіони, окремі райони, природні парки, рекреаційні зони, типові центри, що демонструють поєднання географічних, бальнеологічних та інших визначальних ознак.

У книзі М. Борушак «Проблеми розробки стратегії розвитку типових регіонів» розкрито поняття «туристичний регіон» [6, с. 80]. За словами

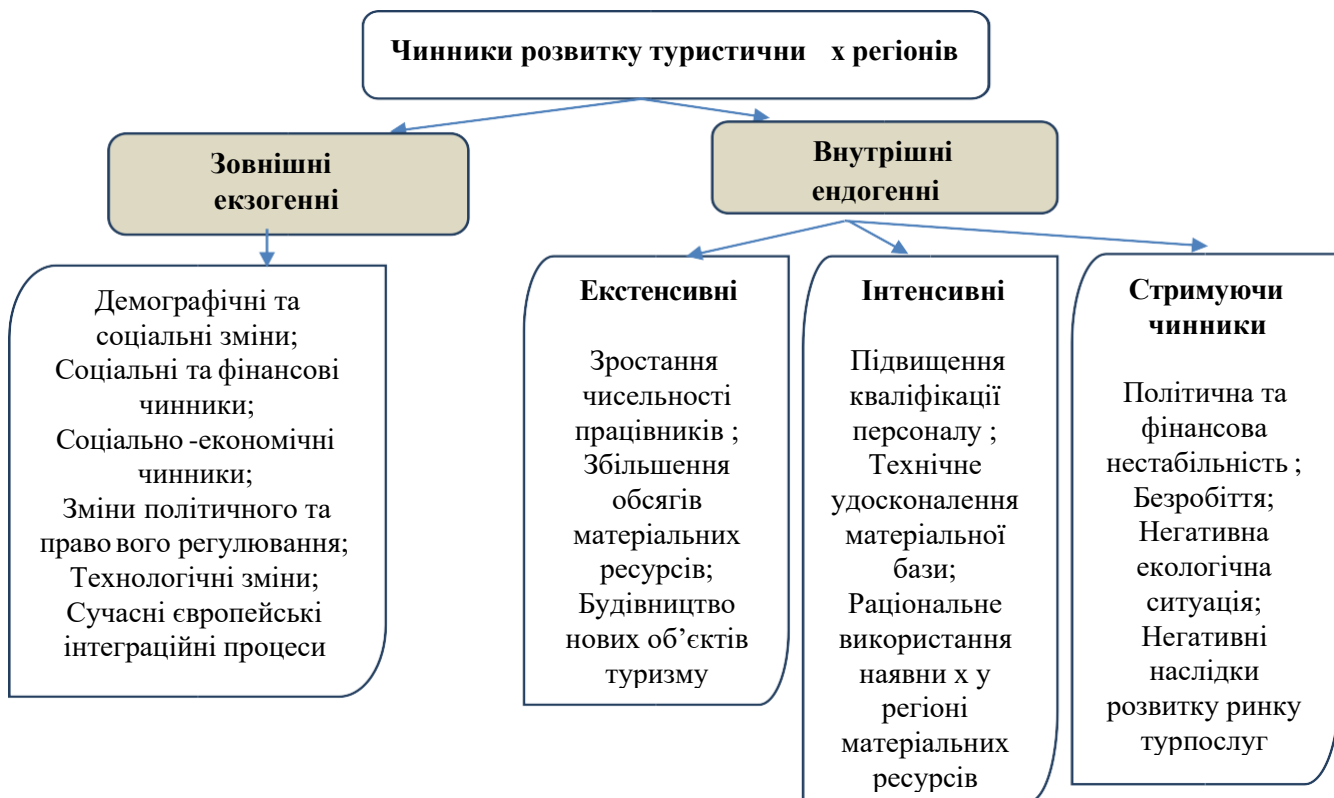
Борушака, туристичний регіон – це географічна територія, яку обирають гості або туристи для своїх подорожей. Така територія охоплює всі необхідні умови для проживання, комфорту та організації дозвілля, що робить регіон єдиним комплексним типовим продуктом і стратегічною комерційною одиницею, що потребує ефективного управління [6, с. 288].

Крім того, було проведено аналіз відмінних характеристик, що дозволило розділити регіони на чотири окремі групи, як зображено на *рис. 1.3*:



**Рис. 1.3.** Основні ознаки туристичного регіону  
*Джерело:* побудовано автором на основі [6, с. 288].

На формування та подальший розвиток туристичних регіонів впливає ряд зовнішніх та внутрішніх чинників, які представлені на *рис. 1.4*.



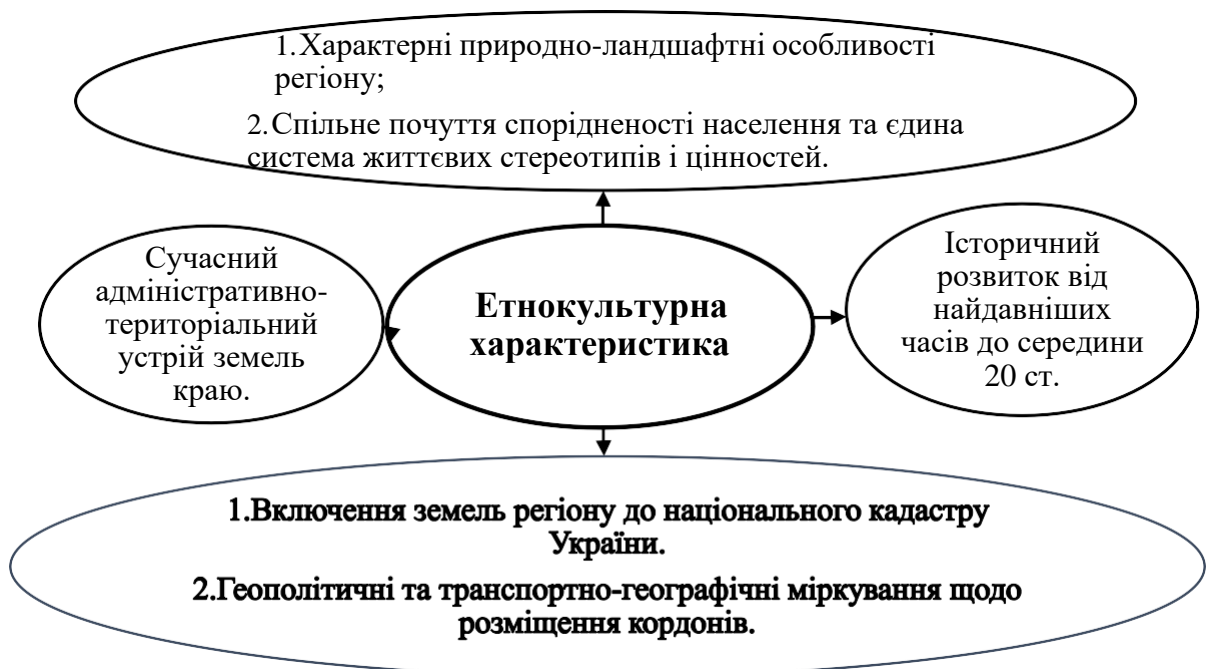
**Рис.1.4.** Чинники розвитку туристичних регіонів  
Джерело: побудовано автором за основи [6, с. 288].

Основний фокус дослідження буде зосереджено на вивченні туризму в Закарпатській області, яка є частиною великого Карпатського туристичного регіону [5, с. 80]. Карпатський туристичний регіон охоплює ще три області: Львівську, Івано-Франківську та Чернівецьку.

Площа Карпатського регіону становить 56,6 тис. км<sup>2</sup>, що становить приблизно 9,3% загальної території України. У її межах проживає 6 086 000 осіб, що становить близько 13,3% усього населення України. Значна більшість населення проживає в сільській місцевості – 51,4% [5, с. 395].

На встановлення меж Карпатського туристичного регіону впливають не лише його природні рекреаційні ресурси як зображено на *рис. 1.5*, а й різноманітні соціально-економічні фактори, оскільки економічна ситуація, рівень доходів населення та доступність транспортних засобів також впливають на встановлення меж туристичного регіону. Соціально-економічні умови можуть

визначати можливості та обмеження для розвитку туризму в певних районах Карпат.



*Рис.1.5.* Рекреаційні ресурси Карпатського туристичного регіону  
Джерело: побудовано автором на основі [29].

Туристичний регіон Карпат відзначається багатством культурно-історичного спадку, який включає народні традиції, архітектурні пам'ятки, мистецтво та релігійні об'єкти. Ці культурні елементи також впливають на визначення меж туристичного регіону, оскільки вони привертають увагу туристів та визначають їхні інтереси.

Наявність туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні мережі та рекреаційні заклади, також впливає на встановлення меж туристичного регіону. Розвинена туристична інфраструктура забезпечує зручність та комфорт для відвідувачів, що впливає на їхні вибори щодо місця відпочинку.

Варто відзначити, що політична ситуація, правові рамки та регуляторні політики також можуть впливати на встановлення меж туристичного регіону. Наявність чітких правил і законодавства, що



стосуються туризму, може забезпечити стабільність та безпеку для туристів і залучення інвестицій у розвиток туристичного сектору.

Враховуючи ці різносторонні фактори, разом з наявними природними рекреаційними ресурсами, встановлення меж Карпатського туристичного регіону стає більш об'єктивним та комплексним процесом, що враховує широкий спектр чинників для забезпечення стійкого розвитку туризму у регіоні, який потребує впровадження інноваційних стратегій.

Подібні виклики пов'язані з трансформацією господарського комплексу в сучасному макроекономічному контексті див. *таб.1.6* [29].

*Таблиця 1.6*

### Природно-ресурсний потенціал Карпатського регіону

Територія	Сумарний потенціал, % від сумарного по Україні	Потенціал ресурсів, % від загальнодержавного показника					
		мінеральних	водних	земельних	лісових	фауністичних	Природно-рекреаційних
Закарпатська область	2,5	0,08	0,77	0,48	0,43	0,002	0,70
Івано-Франківська область	2,2	0,17	0,75	0,55	0,40	0,003	0,40
Львівська область	3,7	0,85	0,85	1,10	0,42	0,07	0,54
Чернівецька область	1,3	0,07	0,02	0,64	0,16	0,003	0,17
Всього по регіону	9,7	1,17	2,39	2,77	1,41	0,015	1,81

*Джерело:* побудовано автором на основі [29].

Нині Карпатський туристичний регіон займає виразне рекреаційно-географічне положення вздовж східного кордону Європейського Союзу. Визнаючи цю перевагу, регіон активно проводить амбітні маркетингові,

інформаційні та інфраструктурні інвестиційні стратегії. Основна мета цих стратегій полягає в тому, щоб підняти регіон на визначний центр сталого туризму та забезпечити збереження його багатой природної та етнокультурної спадщини. Ці зусилля є невід'ємною частиною позиціонування Карпатського туристичного регіону як суттєвого учасника сталого туристичного ландшафту європейського континенту [29].

## **1.2 Фактори розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму**

Як показав аналіз в попередньому підрозділі фактори розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму можуть бути різними, але ґрунтуючись на проведених дослідженнях та опрацюванні наукової літератури можна виокремити низку ключових, зображених на *рис. 1.7*.

З-поміж них ми акцентуємо увагу на: технологічний прогрес; культурну спадщину та історію території, стан розвитку нових видів туризму та стан і розвиток транспортної інфраструктури регіону.

Вплив інноваційних стратегій, спрямованих на стимулювання туристичного попиту, може мати суттєвий вплив на соціально-економічний розвиток територій. Приплив туристів може сприяти розвитку інфраструктури, збільшенню можливостей працевлаштування та загальному збільшенню ВВП території. Крім того, розширення індустрії туризму може створити нові робочі місця, підвищити рівень доходів місцевого населення, сприяти розвитку малого та середнього бізнесу та збільшити податкові надходження до місцевого бюджету [6, с. 288].



**Рис 1.7.** Фактори впливу на розвитк інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму.  
*Джерело:* побудовано автором на основі [6, с. 288].

Насамперед, важливо враховувати можливі негативні наслідки, пов'язані зі збільшенням туристичного потоку. Це може бути надмірне навантаження на природні ресурси, зниження якості життя місцевих жителів через зростання цін і конкуренції на ринку нерухомості, а також потенційна шкода культурній та історичній спадщині території.

Дійсно, зростання кількості туристів може мати згубний вплив на природні ресурси, особливо якщо принципи сталого розвитку та збереження навколишнього середовища не є пріоритетними. Наприклад, масовий туризм може призвести до забруднення води, погіршення якості повітря та забруднення берегової лінії. Крім того, загострення конкуренції на ринку нерухомості може призвести до завищення цін на житло, що негативно позначиться на добробуті місцевого населення. Крім того, масовий туризм може призвести до змін у культурній та соціальній структурі регіону, потенційно впливаючи на місцеві традиції та звичаї [2, с. 156].

Хоча розвиток інноваційного туризму може мати значний вплив на соціально-економічний прогрес територій, важливо проявляти обережність та враховувати можливі негативні наслідки, такі як зниження якості життя місцевого населення та шкоди природним і культурним ресурсам регіону. Щоб забезпечити сталий розвиток цих територій, реалізація інноваційних стратегій має забезпечити баланс між зростанням туризму та збереженням природних і культурних цінностей.

Таким чином, збереження природних і культурних ресурсів території є фундаментальним фактором забезпечення сталого розвитку туризму та підвищення добробуту місцевого населення. Крім того, економічні вигоди, отримані від туризму, повинні справедливо розподілятися між місцевою громадою та туристичними підприємствами, одночасно забезпечуючи довгострокову стійкість розвитку туризму. Досягнення цього вимагає ретельного планування туристичних маршрутів, збереження та відновлення природних і культурних об'єктів, активного залучення місцевого населення до процесу розвитку туризму та надання йому доступу до переваг, які він приносить [2, с. 156].

Інноваційні стратегії, спрямовані на стимулювання попиту на туристичні продукти та послуги, можуть дати значні соціально-економічні ефекти. Наприклад, ці стратегії можуть сприяти розвитку інфраструктури, збільшенню

можливостей працевлаштування, збільшенню продажів місцевих продуктів і послуг, а також залученню інвестицій у регіон.

Такі інноваційні стратегії охоплюють використання передових технологій, створення унікальних продуктів і послуг, впровадження ефективних рекламних і маркетингових кампаній, а також використання інструментів цифрової маркетингової комунікації, таких як соціальні мережі та онлайн-платформи [1, с. 300].

Тим не менш, вкрай важливо враховувати потенційні негативні наслідки, пов'язані зі збільшенням попиту, включаючи надмірне навантаження на природні ресурси, зниження якості життя місцевого населення через зростання цін і загострення конкуренції на ринку нерухомості, а також ризик заподіяння шкоди культурно-історичній спадщині території. Тому при розробці інноваційних стратегій стимулювання попиту слід забезпечувати сталий підхід до розвитку, збереження природних і культурних ресурсів території, підвищення якості життя місцевого населення.

Використання новітніх технологій може зіграти ключову роль у впровадженні інноваційних стратегій для стимулювання туристичного попиту. Наприклад, цифрові технології, такі як мобільні програми та веб-сайти, можуть допомогти залучити туристів і сприяти більшій взаємодії з місцевим бізнесом. Крім того, платформи соціальних мереж можна використовувати для просування туристичних послуг і заохочення туристів ділитися своїм досвідом з іншими [11, с. 228].

Інноваційні стратегії стимулювання попиту в цифрових технологіях можуть включати різноманітні підходи, зокрема:

- Побудова зручного та простого в використанні інтернет-магазину зі зручною системою оплати та доставки, що може збільшити зручність покупок та залучити більше клієнтів.
- Використання персоналізованих рекламних кампаній та рекомендацій на основі аналізу даних клієнтів, що дозволить точніше визначати їхні потреби та побажання та залучити їх до покупок.

– Впровадження програм лояльності та бонусів, які можуть заохочувати клієнтів до повторних покупок та поширення інформації про продукти та послуги серед своїх знайомих.

– Використання віртуальної та доповненої реальності для збільшення цікавості клієнтів до продуктів та послуг. Забезпечення якості та безпеки продуктів та послуг, що може збільшити довіру клієнтів до компанії та залучити нових покупців [11, с. 228].

Використання соціальних медіа для просування продуктів та послуг, що дозволить залучити більше клієнтів та сприяти підвищенню їхньої взаємодії з компанією.

Ці інноваційні стратегії можуть збільшити попит на продукти та послуги компаній, забезпечити їхню конкурентоспроможність та підвищити їхні прибутки. Однак, важливо враховувати проблеми безпеки та приватності даних, а також етичні аспекти використання цифрових технологій.

Насамперед, при використанні новітніх технологій в сфері туризму необхідно враховувати проблеми, пов'язані з безпекою та приватністю даних, а також можливі наслідки для працівників сфери туризму, які можуть втратити роботу через автоматизацію деяких процесів. Тому важливо забезпечувати сталість розвитку туризму, зберігаючи баланс між використанням новітніх технологій та забезпеченням соціально-економічної стійкості [11, с. 288].

Крім того, інноваційні стратегії для туристичного попиту охоплюють не тільки технології, але й екологічно стійкий розвиток і розширену співпрацю між різними секторами туристичної індустрії. Наприклад, туристичні компанії можуть використовувати екологічно чисті транспортні засоби та мінімізувати їхній вплив на природні ресурси туристичних місць.

Важливо визнати, що хоча цифрові технології відіграють значну роль у туризмі, вони не можуть повністю замінити досвід занурення, отриманий від взаємодії в реальному світі та дослідження культури. Тому під час використання цифрових технологій в сфері туризму вкрай необхідно знайти баланс між

інноваціями та збереженням основних цінностей туризму, таких як культурна спадщина, природні ресурси та людські зв'язки.

Однією з інноваційних стратегій стимулювання туристичного попиту є розвиток туризму з метою залучення іноземного капіталу та збільшення валютних надходжень. Такі туристичні ініціативи можуть бути зосереджені на створенні туристичних об'єктів та інфраструктури, які привабливі для іноземних інвесторів і туристів. Тим не менш, забезпечення стійкості цієї форми туризму та врахування його соціальних та екологічних наслідків залишається першорядним.

Загалом інноваційні стратегії попиту в туризмі мають потенціал для стимулювання економічного розвитку та підвищення якості життя місцевих громад. Однак вони повинні бути розроблені з урахуванням соціально-економічної стійкості та збереження природних і культурних ресурсів [1, с. 300].

Інші технології, включаючи штучний інтелект, аналітику даних та Інтернет речей, можуть допомогти туристичним підприємствам адаптуватися до мінливих вимог і передбачити можливі проблеми, які можуть виникнути під час подорожі мандрівника. Технології віртуальної та доповненої реальності також можна використовувати для покращення туристичного досвіду та підвищення інтересу до культурної та історичної спадщини [16].

Проте, штучний інтелект може зіграти певну роль у стимулюванні туристичного попиту шляхом вдосконалення та персоналізації туристичних послуг і досвіду. Алгоритми машинного навчання та аналітика даних дозволяють системам штучного інтелекту збирати, аналізувати та обробляти величезні обсяги інформації про туристичні пропозиції. Це дає змогу персоналізувати індивідуальні рекомендації для окремих туристів, вибираючи оптимальні маршрути подорожі на основі їхніх потреб і бюджету.

Інтелектуальні помічники та чат-боти можуть покращити взаємодію з туристами під час подорожі та після неї. Ці системи можуть надавати цінні поради, відповідати на запити та допомагати з бронюванням готелів, бронюванням квитків, екскурсіями та іншими послугами. Завдяки цим

інноваційним рішенням туристи можуть отримати більше інформації та бути впевненими, що їхні переваги та бажання враховуються [16].

Таким чином, використання штучного інтелекту в туристичному секторі також має враховувати етичні та правові проблеми, пов'язані із захистом особистої інформації туристів і забезпеченням безпеки та конфіденційності даних. Крім того, важливо розглянути вплив автоматизації на працівників сфери туризму та визначити пріоритетність сталого розвитку туризму, враховуючи соціальні та економічні аспекти [16].

Загалом, впровадження штучного інтелекту може сприяти розвитку туризму та покращити враження від подорожей. Тим не менш, етичні, правові та соціально-економічні чинники повинні бути прийняті до уваги.

### **1.3 Напрямки та можливості інноваційних стратегій стимулювання попиту у сфері туризму**

У туристичному бізнес-ландшафті, що постійно розвивається, з'являються інноваційні стратегії стимулювання попиту, які пропонують безліч можливостей. Ці далекоглядні підходи охоплюють використання новітніх технологій, створення персоналізованих і захоплюючих вражень, сприяння сталим і екологічно чистим практикам, використання потужності соціальних медіа та маркетингу впливових факторів, отримання прибутку від зростання досвідчених подорожей, охоплення культурного обміну та різноманітності, залучення до зростаючий сектор оздоровчого та оздоровчого туризму, а також дослідження нових кордонів, таких як космічний туризм.

В Україні, країні з величезним туристичним потенціалом, вивчаються інноваційні стратегії для стимулювання попиту та залучення мандрівників. Ці далекоглядні підходи охоплюють використання новітніх технологій, створення захоплюючих вражень, сприяння сталим і екологічно чистим практикам, використання потужності соціальних медіа та маркетингу впливу, охоплення культурного обміну та різноманітності, використання історичної та культурної



спадщини країни, залучення до пригод туристичні можливості, сприяння співпраці з місцевими громадами та демонстрація природної краси ландшафтів України. Використовуючи ці динамічні та креативні тактики, Україна може зацікавити мандрівників як усередині країни, так і за кордоном, і позиціонувати себе як привабливий і різноманітний туристичний напрямок, застосовуючи підходи зображені на *рис. 1.8*.



**Рис 1.8.** Напрямки розвитку інноваційних стратегій в Україні  
*Джерело:* побудовано автором на основі [38, с. 83].

Завдяки дослідженню цих інноваційних стратегій Україна може використати свій туристичний потенціал, залучаючи різноманітних відвідувачів

і сприяючи загальному соціально-економічному зростанню. Реалізуючи ці напрямки та можливості, Україна має потенціал утвердитися як дуже бажаний туристичний напрямок, що пропонує унікальні та незабутні враження.

Багаті природні лікувальні ресурси України сприяють розвитку медичного туризму. Цей сектор має потенціал для сприяння розвитку туризму в Україні, залучаючи відвідувачів, які шукають можливості покращити своє здоров'я та самопочуття.

Таким чином, прискорення розвитку туризму в Україні може бути досягнуто шляхом прийняття інноваційних стратегій. Розвиток туристичних додатків, створення екологічних і гастрономічних маршрутів, організація культурних і спортивних заходів, а також розвиток медичного туризму можуть сприяти залученню більшої кількості туристів, сприяти розвитку туризму та підвищувати його економічне значення [38].

Крім того, існують додаткові можливості для інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Україні:

Україна може похвалитися численними регіонами з невикористаним туристичним потенціалом. Зосереджуючись на розвитку туристичної інфраструктури, створенні нових маршрутів і об'єктів, залученні інвестицій, можна підвищити інтерес до цих регіонів, що призведе до збільшення туристичного попиту [29].

Використання рекламних кампаній у соціальних мережах, візуально захоплюючі фотографії та відео мальовничих місць, а також участь у міжнародних туристичних виставках і конференціях можуть підвищити обізнаність туристів про Україну, що зрештою призведе до зростання попиту на туризм.

Україна має значний потенціал для активного відпочинку, такого як велоспорт, піший туризм, катання на байдарках, скелелазіння. Створюючи відповідну інфраструктуру, надаючи основні послуги та забезпечуючи заходи безпеки, можна залучити більшу кількість туристів, які шукають активного відпочинку.

Використовуючи ці можливості та впроваджуючи інноваційні стратегії, Україна може розкрити свій туристичний потенціал, підвищити свою привабливість як напрямок і сприяти сталому зростанню туристичної галузі. Це не лише принесе економічні вигоди, а й продемонструє світові природну та культурну спадщину України.

Україна має висококваліфікованих медичних працівників і пропонує конкурентоспроможні ціни на медичні послуги порівняно з іншими країнами. Розвиток медичного туризму може залучити більшу кількість туристів, які шукають якісні та доступні медичні послуги за кордоном [29].

Залучення молодих людей до розвитку туризму є життєво важливим аспектом інноваційних стратегій. Молодь має потенціал для того, щоб стати активними туристами та вирішувати важливі проблеми в галузі, такі як екологічні проблеми, створення нових туристичних продуктів і технологічний прогрес. Для заохочення участі молоді в розвитку туризму можна організовувати такі ініціативи, як туристичні конкурси, конкурси стартапів, грантові програми та інші подібні заходи [20].

Створення ефективної системи управління туризмом є ключовим елементом інноваційних стратегій. Ця система повинна включати використання інформаційних технологій, комплексний механізм моніторингу та аналізу ринку, а також розробку міцної законодавчої бази та нормативних актів в сфері туризму. Така система дозволить оперативно реагувати на зміни на туристичному ринку та підвищить конкурентоспроможність України в цій сфері.

Однак, прискорення розвитку туризму в Україні можна досягти шляхом реалізації різноманітних інноваційних стратегій, зокрема:

Слід сказати, що важливо підкреслити збереження природних і культурних ресурсів України як важливий крок у розвитку туризму. Вагомим напрямком розвитку туризму в Україні може стати популяризація екотуризму, який дозволяє туристам відчувати природу та культуру країни, не завдаючи шкоди. Важливим також є залучення місцевої громади до розвитку туризму та створення сприятливих умов для її залучення [20].



**Рис 1.9.** Стратегії задля прискорення розвитку туризму в Україні  
*Джерело:* побудовано автором на основі [20].

Крім того, для успішного розвитку туризму в Україні необхідна ефективна система управління туризмом. З цією метою надзвичайно важливим є створення координаційного центру розвитку туризму, сприяння співпраці між міністерствами та іншими зацікавленими сторонами, проведення досліджень туристичного попиту та формування комплексної стратегії розвитку туризму в Україні.

Все сказане дає можливість зробити висновок, що розвиток туризму в Україні потребує комплексного підходу, який включає розвиток малоосвоєних регіонів, використання маркетингових технологій, створення інфраструктури для активного відпочинку та лікувального туризму, залучення молоді до розвитку туризму, реалізацію ефективна система управління туризмом. Крім

того, необхідно враховувати екологічні міркування, збереження природних і культурних ресурсів, підтримку місцевого населення. Розвиток туризму як невід'ємної галузі економіки, створення можливостей для працевлаштування, залучення інвестицій та сприяння позитивному впливу на суміжні галузі також є важливими. Тому як влада, так і бізнес-середовище повинні активно сприяти та підтримувати успішний розвиток туризму в Україні.

### **Висновок до розділу 1**

Дослідження інноваційних підходів до стимулювання попиту в індустрії туризму має виявити й описати ключові аспекти цієї проблематики. Зазначене дослідження виявило, що індустрія туризму є одним із найдинамічніших секторів глобальної економіки, який має значний потенціал для подальшого розвитку.

Здійснення наукових досліджень у сфері інноваційних стратегій стимулювання попиту на туристичні послуги має суттєве наукове та практичне значення. Дослідження дозволяють розробляти та впроваджувати нові та інноваційні методи стимулювання попиту, що сприяє активізації економічного розвитку регіонів та країн.

Аналізуючи літературу та проводячи власне дослідження, було встановлено, що успішні інноваційні стратегії стимулювання попиту в індустрії туризму базуються на кількох наукових принципах. По-перше, вони передбачають глибоке вивчення динаміки ринку, включаючи аналіз факторів попиту та пропозиції. Такий аналіз дозволяє визначити потреби та уподобання споживачів, а також ідентифікувати нові можливості для розвитку туристичних продуктів та послуг.

Дослідження також показали, що успішні інноваційні стратегії стимулювання попиту в індустрії туризму вимагають розуміння та врахування комплексного впливу різних факторів на попит. Економічний клімат, культурні та природні ресурси, транспортна доступність, якість послуг, реклама та

рекламна діяльність є лише деякими з факторів, які впливають на рішення споживачів щодо вибору туристичних послуг. Тому, успішні інноваційні стратегії мають спрямовуватися на розвиток цих факторів, забезпечення високих стандартів обслуговування, створення нових туристичних маршрутів і послуг.

Значну роль у досягненні успіху у сфері інноваційного туризму відіграє також розробка нових технологій та послуг. Дослідження інновацій та розробка нових технологій у туризмі є ключовим елементом для формування ефективних стратегій стимулювання попиту. Впровадження цифрових технологій, таких як інтерактивні маршрути, екскурсії та ваучери, сприяє створенню унікального та незабутнього туристичного досвіду. Крім того, просування екотуризму, який відповідає зростаючим потребам туристів у збереженні природи, є ще однією важливою складовою успішних інноваційних стратегій стимулювання попиту.

Отже, результати дослідження вказують на те, що наукова основа для інноваційних стратегій стимулювання попиту в індустрії туризму полягає у розумінні комплексного характеру попиту та розвитку різних факторів, які впливають на рішення споживачів. Успішні стратегії включають розробку інноваційних технологій, підвищення якості послуг, створення нових туристичних маршрутів і просування екотуризму. Дослідження виокремлюють важливість цих стратегій для подальшого розвитку індустрії туризму та сприяють поглибленню наукових знань у цій галузі.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

#### 2.1 Індустрія інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Україні : аналіз об'єктів та суб'єктів ринку

Туристична галузь в Україні зазнає постійних змін і розвитку, що зумовлює необхідність використання інноваційних стратегій для стимулювання попиту на туристичні послуги [16]. Ці інноваційні підходи мають потенціал для підвищення ефективності та привабливості українського туризму.

Однією з перспективних інноваційних стратегій є зосередження на розвитку туризму в малозавантажених регіонах України. Ця стратегія передбачає відновлення та реконструкцію історичних пам'яток, природних парків і заповідників, а також впровадження технологій екологічного та агротуризму. Відроджуючи ці території, Україна може використати їхній туристичний потенціал.

Інша ефективна стратегія передбачає використання маркетингових технологій для залучення туристів. Використання соціальних мереж, онлайн-реклами, контент-маркетингу та інших Інтернет-технологій може стати вагомим методом для просування туристичних послуг і залучення нових клієнтів.

Розбудова інфраструктури активного відпочинку та медичного туризму є ще однією інноваційною стратегією підвищення популярності туристичних напрямків в Україні. Це й створення спортивних клубів, велосипедних та пішохідних маршрутів, а також розвиток спа-центрів та інших медичних закладів [16].

Залучення молоді до процесу розвитку туризму є додатковою інноваційною стратегією, яка забезпечує довгострокове зростання туризму в Україні. Реалізація програм для студентів і молодих людей, які заохочують їхню

участь у туристичних проектах і підтримують місцеві громади, може бути дуже корисним. Ці програми можуть включати стажування, волонтерську роботу, конкурси та інші ініціативи.

Крім того, впровадження технологій у туризм може бути інноваційною стратегією, яка використовує такі інструменти, як віртуальна реальність, мобільні додатки та інші інтерактивні технології, щоб надати туристам більш захоплюючий та привабливий досвід.

Нарешті, надання підтримки малим і середнім підприємствам у туристичному секторі має вирішальне значення. Інноваційні стратегії мають бути зосереджені на підвищенні конкурентоспроможності цих підприємств, включаючи впровадження нових технологій і методів управління [26, с. 208].

Впроваджуючи ці інноваційні стратегії, Україна може зміцнити свою індустрію туризму та досягти сталого зростання та розвитку. Загалом, інновації є ключовим фактором у розвитку туризму в Україні, і важливо розвивати та впроваджувати нові стратегії для забезпечення стійкого розвитку цієї галузі в майбутньому.

Поміж інноваційних стратегій можна також згадати впровадження технологій розширеної реальності (PP) та віртуальної реальності (BP) у туризмі. Завдяки цим технологіям, туристи можуть досліджувати історичні пам'ятки та інші туристичні об'єкти з використанням додатків та спеціальних пристроїв.

Впровадження технологій розширеної та віртуальної реальності може бути особливо корисним у тих випадках, коли фізичний доступ до пам'яток або інших туристичних об'єктів обмежений або неможливий, наприклад, у зоні військових конфліктів, зоні екологічної катастрофи, або коли об'єкт знаходиться на великій відстані від місця проживання туристів [26, с. 208].

Технології доповненої реальності (AR) мають потенціал для покращення туристичного досвіду, надаючи доступ до деталей пам'яток і місць, які можуть бути недоступні в іншому випадку. Наприклад, віртуальна реальність (BP) надає можливість туристам візуалізувати історичний вигляд пам'яток, таких як римський Колізей, демонструючи як відреставровані, так і втрачені елементи.



Віртуальна реальність (VR) пропонує захоплюючий досвід, де туристи можуть віртуально досліджувати музеї, міста та інші напрямки. Ця технологія особливо цінна для людей з обмеженими можливостями або тих, хто не може фізично відвідувати туристичні об'єкти.

Інтеграція технологій доповненої та віртуальної реальності може підвищити якість туристичного продукту та надати нові можливості для подорожей та дослідження культурної спадщини.

Забезпечення безпеки туристів є вирішальним питанням. Інноваційні стратегії можуть бути реалізовані для мінімізації ризиків для здоров'я, наприклад впровадження систем електронних квитків і безконтактних технологій для зменшення поширення інфекційних захворювань. Крім того, підвищення кваліфікації професіоналів індустрії туризму за допомогою навчальних програм може підвищити рівень обслуговування та загальну якість для туристів.

Вибираючи напрямок, важливо враховувати вподобання та тенденції сучасних туристів. Дедалі більшого попиту користуються нетрадиційні види туризму, зокрема екотуризм та гастрономічний туризм. Інноваційні стратегії, які стимулюють попит на такі послуги, можуть стати рушієм розвитку цих напрямів в Україні [35, с. 596]. Використання штучного інтелекту (ШІ) може покращити досвід подорожей, пропонуючи персоналізовані рекомендації на основі інтересів туристів, бюджету та геолокації. Чат-боти на основі штучного інтелекту також можуть покращити спілкування з туристами, надаючи оперативні та ефективні відповіді на запити та запитання. Використання можливостей соціальних мереж і онлайн-маркетингу є життєво важливим для просування туристичних послуг. Реклама на таких платформах, як Instagram і Facebook, може бути дуже ефективною для залучення нових клієнтів. Крім того, використання відеоконтенту, веб-серіалів та інших цікавих форматів може популяризувати туристичні напрямки та подорожі в Україні. Реалізація цих інноваційних стратегій може підвищити привабливість та конкурентоспроможність українського туризму на світовій арені [35, с. 596].

На завершення зазначимо, що використання доповненої реальності, віртуальної реальності, штучного інтелекту, безконтактних технологій та онлайн-маркетингу може зробити революцію в індустрії туризму в Україні, забезпечуючи покращений досвід, забезпечуючи безпеку та задовольняючи постійно зростаючі потреби сучасних мандрівників.

Для того, щоб забезпечити сталий розвиток туризму в Україні, можна впроваджувати інноваційні стратегії, зосереджуючись на екологічно чистих практиках. Це включає впровадження технологій, які є екологічно чистими, скорочення використання пластикових виробів і сприяння використанню відновлюваних джерел енергії в готелях та інших туристичних об'єктах.

Ці заходи спрямовані на мінімізацію впливу туризму на навколишнє середовище та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Розробка та впровадження нових туристичних маршрутів – ще одна інноваційна стратегія стимулювання попиту на туристичні послуги в Україні. Ці маршрути мають бути розроблені таким чином, щоб вони подобалися як місцевим жителям, так і іноземним туристам, пропонуючи унікальні та захоплюючі враження.

Використання цифрових технологій, таких як розширена реальність (РР) і віртуальна реальність (ВР), може значно підвищити якість туристичного продукту та забезпечити більш захоплюючий і привабливий досвід для туристів [35, с. 596].

Зростаючі тенденції екотуризму та гастрономічного туризму відкривають нові можливості для розвитку туризму в Україні. Застосування цих інноваційних стратегій може залучити туристів, які зацікавлені в екологічних та відповідальних подорожах.

Для підвищення рівня обслуговування та забезпечення безпеки туристів можуть бути реалізовані програми підвищення кваліфікації працівників сфери туризму. Крім того, впровадження електронних квиткових систем і безконтактних технологій може сприяти безперебійному та безпечному досвіду для туристів.

Підтримка малих і середніх підприємств (МСП) у туристичному секторі також має вирішальне значення. Інноваційні стратегії мають бути зосереджені на підвищенні конкурентоспроможності цих підприємств шляхом впровадження нових технологій і сучасних методів управління.

Таким чином, інновації відіграють ключову роль у розвитку туризму в Україні. Важливо проаналізувати різні об'єкти в індустрії туризму та визначити, які інноваційні стратегії можуть ефективно стимулювати попит на послуги в цих місцях [35, с. 596].

Важливою складовою туристичної галузі України є історичні пам'ятки та архітектурні споруди. Впроваджуючи технології доповненої та віртуальної реальності, можна підвищити попит на відвідування цих пам'яток, зокрема серед молоді, яка цінує сучасні технології та зручне користування інформацією. Інші інноваційні стратегії, такі як програми GPS-навігації, також можуть бути використані, щоб дати туристам можливість планувати маршрути та відвідувати цікаві місця самостійно.

Екотуризм є ще однією сферою індустрії туризму, яка може виграти від інноваційних стратегій. Впровадження екоініціатив та зелених технологій у готелях та інших закладах обслуговування туристів може залучити екологічно свідомих мандрівників, які підтримують практики сталого туризму [26, с. 208].

Гастрономічні заклади та регіони, відомі своєю кухнею, мають важливе значення в індустрії туризму. Впровадження інноваційних стратегій, таких як організація фестивалів та конкурсів, що демонструють гастрономічні страви, розробка та впровадження нових кулінарних технологій, створення інтерактивних кулінарних музеїв та турів, може сприяти зростанню гастрономічного туризму в Україні. Ці інновації можуть залучити як місцевих гостей, так і іноземних туристів, збільшити попит на гастрономічні послуги та отримати більший прибуток для місцевих підприємств і регіонів.

Туристичний ринок в Україні складається з різних суб'єктів, включаючи туроператорів, готелів, підприємств роздрібною торгівлі, а також постачальників послуг транспорту, харчування та розваг.

Туроператори відіграють важливу роль на українському туристичному ринку, оскільки вони відповідають за планування та організацію турів, включаючи транспортування, розміщення та рекреаційні заходи. Застосування інноваційних стратегій, таких як використання технологій штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу даних про попит і пропозицію на подорожі, може допомогти туроператорам залучати нових клієнтів і надавати покращені послуги.

Готелі та інші підприємства роздрібної торгівлі в індустрії туризму також роблять значний внесок у розвиток туризму в Україні. Інноваційні стратегії, такі як впровадження систем онлайн-бронювання та розширення спектру пропонованих послуг, можуть допомогти готелям та іншим підприємствам роздрібної торгівлі залучити більше туристів і забезпечити їм зручні та комфортні умови проживання [26, с. 208].

Крім того, постачальники послуг, пов'язаних із транспортом, їжею, розвагами та іншими послугами, пов'язаними з туризмом, відіграють вирішальну роль у розвитку туристичної галузі в Україні. Застосовуючи інноваційні стратегії, такі як системи електронних платежів і розробка мобільних додатків для спрощеного бронювання послуг, ці постачальники можуть покращити загальний досвід для туристів, зробивши відпочинок в Україні більш привабливим.

Не слід забувати про роль держави у сприянні розвитку туризму. Державна туристична політика може бути спрямована на підтримку та стимулювання інноваційних проектів у туристичній галузі, а також покращення інфраструктури та послуг для туристів [26, с. 208].

Отже, сфера інноваційних стратегій, спрямованих на стимулювання попиту в українській індустрії туризму, охоплює широкий спектр суб'єктів ринку, починаючи від готелів і роздрібних підприємств до туроператорів і державних установ. Реалізація інноваційних стратегій може допомогти бізнесу та уряду досягти успіху в індустрії туризму, забезпечуючи комфорт і задоволення туристів.

Використовуючи інноваційні стратегії, індустрія туризму в Україні може відчувати зростання, пропонуючи більше можливостей для туристів і створюючи більший попит. Проте вкрай важливо враховувати потреби туристів і надавати їм високоякісні послуги та задоволення від подорожей.

Крім того, інноваційні стратегії можуть підвищити ефективність туристичних підприємств, зменшити витрати та підвищити прибутковість. Наприклад, використання систем онлайн-бронювання може допомогти готелям та іншим підприємствам роздрібною торгівлі залучити більше клієнтів і спростити процес бронювання, зробивши його більш зручним і ефективним.

Бути в курсі світових тенденцій та інновацій у туризмі також є важливим для розвитку туристичної галузі України. Застосування таких технологій, як мобільні додатки та віртуальна реальність, може залучити більше туристів і надати їм нові види послуг і розваг.

Підсумовуючи, потенціал зростання туристичної галузі України, як і економіки країни в цілому, полягає в розробці та реалізації інноваційних стратегій, спрямованих на стимулювання попиту. Використовуючи ці стратегії, підприємства та уряд можуть сприяти зростанню, підвищувати ефективність і забезпечувати задоволення відвідувачів у туристичному секторі [26, с. 208].

Отже, інноваційні стратегії є важливим інструментом для розвитку туризму в Україні. Їх впровадження може привести до зростання попиту на туристичні послуги, покращення ефективності підприємств, розширення географії туристичного руху та підвищення задоволення туристів. Забезпечення сприятливої інноваційної екосистеми та співпраця різних зацікавлених сторін в цьому процесі відіграють важливу роль у досягненні цих цілей, ґрунтуючись на виконанні умов формування інноваційних стратегій на тури в сфері туризму.

## 2.2 Умови формування інноваційних стратегій на тури в сфері туризму

Процес формулювання та пропозиції інноваційних стратегій для турів в Україні можна структурувати в кілька етапів:



**Рис.2.1.** Етапи формування інноваційних стратегій для турів  
*Джерело:* побудовано автором на основі [16].

Ці етапи можуть бути виконані як окремі проекти або як частина більш широкої стратегії. Важливо враховувати різноманітні чинники, які впливають на індустрію туризму, такі як соціальні, економічні, технологічні та екологічні аспекти [16].

На підставі отриманих даних, ефективним підходом до формування інноваційних стратегій турів в Україні є залучення фахівців різних галузей, зокрема туризму, маркетингу, економіки, соціології, екології тощо. Різноманітна

команда експертів може розробити комплексні стратегії, які враховують вимоги та потреби туристів, місцевих жителів, бізнесу та уряду.

По-перше, вкрай важливо залучати місцеві громадські організації, туристичні підприємства, державні установи та інші зацікавлені сторони до процесу формулювання та пропозиції інноваційних стратегій. Це забезпечить різноманітність перспектив та ідей, а також підтримку та практичну реалізацію інноваційних стратегій [11, с. 228].

По-друге, інноваційні стратегії для турів в Україні можуть бути розроблені в рамках національної туристичної стратегії. Ця стратегія має окреслювати цілі та завдання на різні періоди часу та встановлювати механізми їх реалізації. Крім того, важливо встановити зв'язок між національною стратегією туризму та інноваційними стратегіями на рівні підприємства. Це сприятиме синергії та ефективності реалізації інноваційних проєктів. Вивчення досвіду інших країн в сфері туризму та інновацій, а також співпраця з міжнародними організаціями та партнерами може сприяти обміну знаннями та досвідом. Залучення фахівців із таких галузей, як інформаційні технології, також може виявитися корисним для розробки та реалізації інноваційних стратегій для турів в Україні

Завдяки цьому, важливо, щоб розроблені інноваційні стратегії на тури в Україні були націлені на підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі країни в цілому. Для цього можна використовувати інструменти, такі як маркетингові дослідження, аналіз ринку, розвиток брендингу та просування туристичних продуктів України на міжнародному ринку [11, с. 288].

Підприємства туристичної галузі повинні бути стимульовані для використання інноваційних рішень та технологій, що дозволить їм залучати нових клієнтів та підвищувати рівень задоволення існуючих. Для цього можна використовувати такі інноваційні рішення, як розробка мобільних додатків для туристів, використання штучного інтелекту для персоналізації туристичних пропозицій, використання віртуальної реальності для створення іммерсивних туристичних досвідів тощо.

Крім того, доцільно підтримувати розвиток інфраструктури туристичної галузі, зокрема, забезпечення якісних готелів, ресторанів, транспортних засобів та інших сервісів для туристів. Також важливо розвивати екологічно чистий туризм та збереження культурної спадщини країни.

Для ефективного впровадження інноваційних стратегій на тури в Україні також необхідно залучати державну підтримку та фінансування. Державні органи можуть сприяти створенню фондів, грантів та інших інструментів для підтримки інноваційних проектів в галузі туризму [11, с. 288].

Усі ці заходи допоможуть забезпечити стале зростання туристичної галузі в Україні, що зумовить зростання економіки країни, покращення життєвого рівня місцевого населення та підвищення престижу України на міжнародній арені.

### **2.3 Інноваційні стратегії в сфері туризму в Україні**

Інноваційні стратегії відіграють вирішальну роль у стимулюванні попиту на тури та просуванні туризму в Україні. Ефективна маркетингова стратегія є ключовою складовою успіху в цій справі [10, с. 117,123].

Використання інноваційних рішень, таких як інтернет-технології, соціальні мережі та мобільні додатки для туристів, може стати важливим інструментом для просування турів та залучення нових клієнтів. Наприклад, розробка інтерактивних карт і туристичних маршрутів, які дозволяють користувачам досліджувати пам'ятки та цікаві місця в різних містах України, може значно підвищити інтерес до подорожей всередині країни.

Важливо зауважити, що життєво важливо враховувати різноманітні потреби та інтереси різних груп туристів і пропонувати їм індивідуальні та індивідуальні туристичні пакети. Цього можна досягти завдяки використанню штучного інтелекту та аналізу даних по поведінку користувачів в Інтернеті.

Ще одним важливим елементом інноваційної стратегії може бути співпраця з місцевими підприємствами та громадістю задля впровадження ініціатив з просування місцевих культурних і природних пам'яток. Наприклад,



до туристичних маршрутів можна включити відвідування місцевих ферм, де туристи можуть скуштувати місцеву кухню та дізнатися про регіональні традиції. Крім того, організація майстер-класів з традиційних ремесел або проведення екскурсій музеями, галереями та іншими культурними установами може збагатити досвід [20].

Україна, як країна з багатою культурною спадщиною, природними красотами та історичними пам'ятками, має великий потенціал для розвитку туризму. Для просування та розвитку сфери туризму в Україні, використовуються різні інноваційні стратегії.

Перша стратегія це розвиток цифрових технологій – використання цифрових технологій, таких як мобільні додатки, веб-сайти, віртуальна реальність та доповнена реальність, дозволяє привернути більше туристів і полегшує процес планування поїздки. Цифрові інструменти можуть надати туристам інформацію про туристичні об'єкти, маршрути, проживання та інші послуги.

Друга стратегія це екологічний туризм – зростаюча увага до екологічних питань та сталого розвитку відкриває нові можливості для розвитку екологічного туризму в Україні. Інноваційні стратегії в цій галузі включають створення національних парків, заповідників та природних заказників, розвиток екотуристичних маршрутів, впровадження екологічних стандартів для готелів та туристичних об'єктів.

Третя стратегія це розвиток гастрономічного туризму – Україна має багаті кулінарні традиції та унікальну кухню. Розвиток гастрономічного туризму передбачає пропаганду та просування української кухні, організацію фестивалів та кулінарних подій, створення кулінарних маршрутів та гастрономічних об'єктів.

Четверта стратегія це розвиток технологій "умного" туризму – використання технологій Інтернету речей (IoT), штучного інтелекту (AI) та аналітики даних може сприяти створенню "розумних" туристичних систем. Наприклад, встановлення сенсорів інтелектуального керування в готелях, музеях

та інших туристичних об'єктах дозволяє забезпечити комфорт та безпеку для туристів. Аналіз даних може допомогти в розумному плануванні маршрутів, прогнозуванні популярності туристичних об'єктів та персоналізації послуг для кожного туриста.

П'ята стратегія це розвиток туристичних кластерів – створення туристичних кластерів, що об'єднують туристичні підприємства, готелі, ресторани, туристичні агентства тощо, може забезпечити синергетичний ефект та збільшити конкурентоспроможність регіону. Це сприяє обміну досвідом, спільному маркетингу, розвитку нових продуктів та послуг, а також поліпшенню інфраструктури в туристичних районах.

Шоста стратегія це розвиток туристичного експорту – залучення іноземних туристів є важливим аспектом розвитку туризму в Україні. Для цього необхідно активно просувати український туристичний продукт на зовнішніх ринках, удосконалювати маркетингові стратегії та співпрацювати з туристичними операторами та агентствами за кордоном. Розвиток міжнародних авіаційних з'єднань та сприяння простоті отримання віз також впливатимуть на збільшення туристичного потоку до України.

Сьома стратегія це підтримка інвестицій у туризм – розвиток туристичної інфраструктури, будівництво нових готелів, ресторанів, розвагових комплексів та інших туристичних об'єктів потребує значних інвестицій. Уряд України може сприяти залученню іноземних та внутрішніх інвестицій шляхом створення сприятливих умов, податкових пільг, спрощення процедур отримання дозволів та ліцензій. Також важливо активно просувати туристичні проекти та привертати увагу потенційних інвесторів до перспективності розвитку туризму в Україні.

## Висновок до розділу 2

Досліджено особливості інноваційних стратегій стимулювання попиту на різних етапах розвитку компаній в сфері туризму в Україні. Проведено аналіз ринку інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму, враховуючи об'єкти та суб'єкти ринку.

На основі отриманих даних і розглянутого аналізу було встановлено, що розвиток інноваційних стратегій стимулювання попиту є важливою задачею для всієї України. Пропонуються деякі напрямки для розвитку таких стратегій:

Розвиток туризму на основі природних ресурсів України, зокрема екотуризму та інших видів туризму, пов'язаних з природою. Для стимулювання попиту на такий туризм необхідно розвивати нові маршрути, створювати необхідну інфраструктуру та покращувати рівень сервісу.

Культурний туризму, використовуючи багату історію та культуру України. Для привернення попиту на такий туризм можна розробляти нові туристичні маршрути, створювати музеї, культурні центри, фестивалі та інші події.

Спортивний туризму, зокрема гірського туризму, каякінгу, велотуризму та інших видів спорту. Для стимулювання попиту на такий туризм необхідно розвивати спортивну інфраструктуру, організовувати змагання та інші спортивні події.

Гастрономічний туризму, використовуючи багату кулінарну культуру та унікальні страви України. Для стимулювання попиту на такий туризм можна розвивати нові ресторани, організовувати фестивалі та інші заходи, проводити кулінарні майстер-класи та дегустації.

Інноваційні технології у виробництві, особливо у галузях сільського господарства, лісового господарства, туризму та інших. Розвиток міжнародного співробітництва, використовуючи географічне положення України. Враховуючи вищезазначені напрямки, розвиток інноваційних стратегій стимулювання попиту стає важливою складовою розвитку туризму в Україні.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

#### 3.1 Сучасний розвиток інноваційних стратегій попиту туризму у Закарпатській області

Закарпатська область має значний потенціал для розвитку туризму, що впливає з її особливого географічного розташування, природного оточення, культурної спадщини та історичних пам'яток. Тим не менш, для сприяння розвитку туризму в регіоні необхідні інноваційні стратегії для формування попиту на відвідування Закарпатської області [7, с. 171].

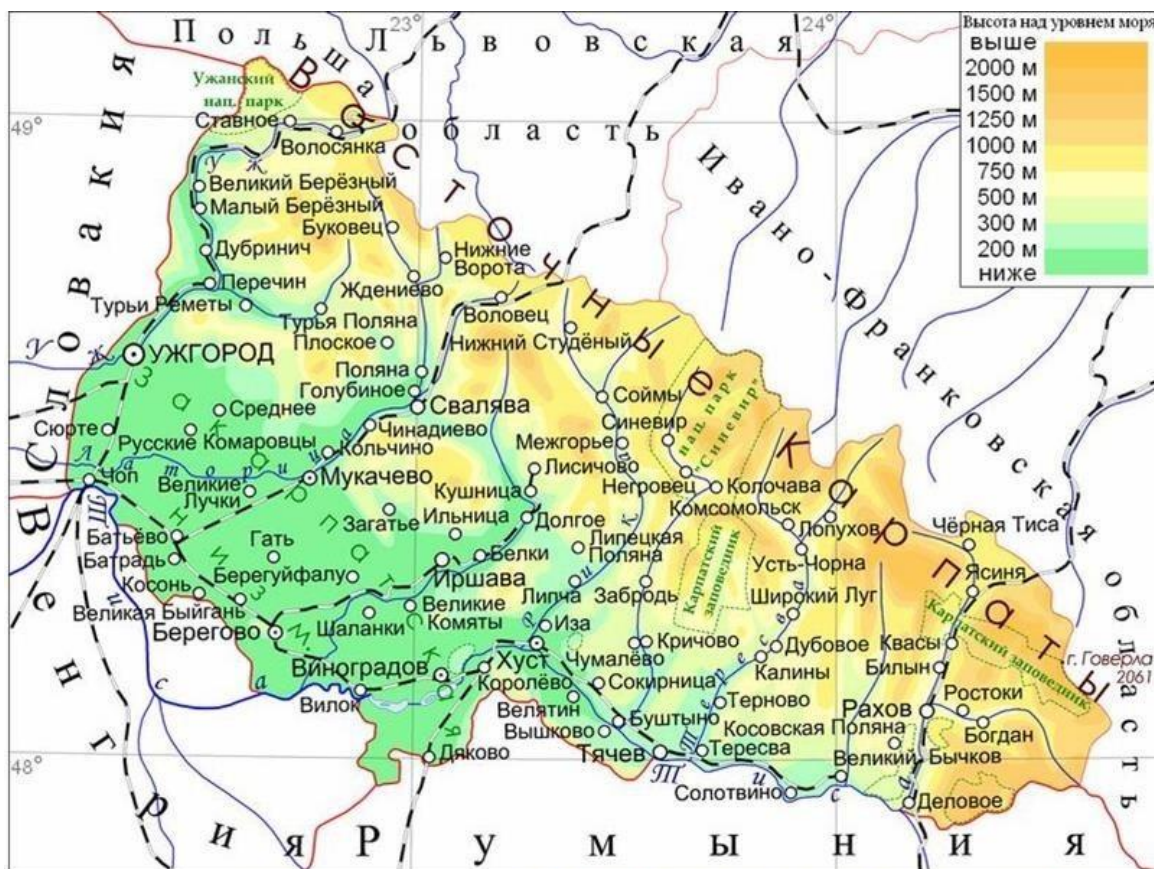
Насамперед, важливою умовою реалізації інноваційних стратегій стимулювання туристичного попиту в Закарпатській області є розвиток туристичної інфраструктури. Це передбачає створення нових туристичних об'єктів, покращення існуючих, модернізацію доріг та транспортної інфраструктури, розширення готельної індустрії та забезпечення комфортного досвіду для відвідувачів [9].

Ще однією передумовою є розвиток інформаційних технологій у туристичній сфері. Це охоплює створення туристичних додатків і веб-сайтів, які надають відвідувачам інформацію про туристичні пам'ятки, маршрути, послуги та варіанти розваг у регіоні. Крім того, ці технології дозволяють туристам робити онлайн-бронювання житла, квитків на заходи та інших послуг.

Таким чином, важливою вимогою є розвиток екотуризму та можливості активного відпочинку. Закарпатська область має величезний потенціал для екотуризму, зокрема в організації пішохідних та велосипедних маршрутів через гори та заповідники. Крім того, заняття на свіжому повітрі, такі як рафтинг, каякінг та інші водні види спорту, можуть залучити нових туристів.

Нарешті, покращення інфраструктури та якості послуг у туристичному секторі є ще одним важливим фактором. Хоча Закарпатська область вже має певну туристичну інфраструктуру, необхідні подальші інвестиції в готельно-ресторанну індустрію, транспортну інфраструктуру та інші суміжні сфери для підвищення попиту на туристичні послуги. Підвищення якості обслуговування та дотримання відповідних стандартів також може сприяти залученню нових туристів та формуванню їх лояльності до Закарпаття як бажаного туристичного напрямку [9].

Саме Закарпатська область розташована в крайньому південно-західному регіоні України. Охоплює південно-західну частину Українських Карпат, а також Дунайську низовину. На півночі та південному сході межує з Львівською та Івано-Франківською областями, а на півночі, заході та півдні — з Польщею (протяжність кордону 33,4 км), Словаччиною (98,5 км), Угорщиною (130 км) та Румунією (205,4 км) як видно на *рис. 3.1*.



*Рис.3.1.* Карта Закарпатської області  
Джерело: побудовано автором на основі [9].

Відстань між крайньою західною та крайньою східною точками області становить 190 км по прямій. Протяжність з півночі на південь коливається від 100 км (по Мукачівському меридіану) до 50 км (по Рахівському меридіану) [9].

Географічне положення Закарпаття характеризується такими ознаками:

По-перше, область розташована на периферії, а саме на крайньому заході України. Він значно віддалений від столиці (приблизно 900 км залізницею від Ужгорода), промислових районів Дніпра, Харкова, Донбасу, чорноморських портів. Цей географічний аспект потенційно може сприяти розвитку екологічного туризму в регіоні [9].

По-друге, регіон займає центральне місце на європейському субконтиненті. За однією з версій, діловий район села в Рахівському районі вважається географічним центром Європи.

По-третє, це єдиний регіон в Україні, що лежить за межами первинних Карпатських хребтів. Ця географічна характеристика сприяє його транспортній віддаленості від решти країни, оскільки сюди можна потрапити лише через гірські перевали. Серед визначних перевалів — Ужоцький (висота 889 м), Верецький або Воріцький (839 м), Воловецький або Бескидський (1014 м), Торунський (930 м) разом із Вишківським (941 м), Яблуницький або Татарський (931 м).

Однак, область розташована в межах двох значущих фізико-географічних одиниць: Карпатських гір (що становлять 4/5 території) та Закарпатської низовини. Якщо природні умови низовини (рельєф, клімат, ґрунтово-рослинний покрив) загалом сприятливі для розвитку економіки та сільського господарства, то Карпати створюють більш сприятливі умови в міжгірських улоговинах, річкових долинах, пологих схилах і частково в низькогір'ї.

Закарпаття займає унікальне місце серед сусідніх регіонів. Межує лише зі Львівською (85 км) та Івано-Франківською (180 км) областями і виключно гірськими хребтами. Проте вона має чотири сусідні країни: Польщу (33 км), Словаччину (98 км), Угорщину (135 км) і Румунію (190 км). Це виняткове явище серед усіх прикордонних регіонів України. Державний кордон проходить як по

гірських масивах, так і по рівнинній території, а також по річці Тиса та її притоках [9].

Відстань від Ужгорода до столиць дев'яти європейських країн як автомобільним, так і залізничним транспортом менша, ніж відстань до Києва:

- Київ: 788 км
- Львів: 265 км
- Івано-Франківськ: 295 км
- Чернівці: 435 км
- Кошице (Словаччина): 97 км
- Niredgaz (Угорщина): 95 км
- Сату-Маре (Румунія): 150 км
- Жешув (Польща): 315 км.

Область розташована на стику української, угорської та румунської етнічних територій, займаючи відповідно приблизно 89%, 10,5% та 0,5% її площі.

Розглянемо, що Закарпаття має стратегічне розташування на найкоротших шляхах, що з'єднують Україну, насамперед Росію, з кількома країнами Центральної, Південно-Східної, Західної та Південної Європи. Його перетинають три залізниці (в тому числі дві електрифіковані), чотири автомагістралі, нафтопровід «Дружба», газопроводи «Братерство», «Союз», «Західний Сибір — Західна Європа», продуктопровід «Калуш — Тисауйварош», лінії електропередачі енергетики «Мир». системи та ЛЕП «Вінниця — Альбертірша», що забезпечує міжнар. Залізниця та автомобільна дорога Кошице-Чоп-Хуст-Сігет-Мармацей у поздовжньому напрямку з'єднують Словаччину з Румунією, слугуючи міжнародними транзитними транспортними шляхами [9].

Закарпатська область має унікальне геополітичне та географічне положення, оскільки вона межує з чотирма європейськими країнами, а саме: Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією, що не має аналогів у світовій практиці. Область бере активну участь у Карпатському єврорегіоні –

міжрегіональному об'єднанні, до складу якого входять прикордонні області України, Польщі, Словаччини, Угорщини та Румунії. Вона має добре розвинену прикордонну інфраструктуру, яка включає 17 пунктів пропуску, у тому числі 7 залізничних, 6 міжнародних автомобільних, 1 міжнародний повітряний та 3 пункти спрощеного пропуску [7, с. 171].

Територіально Закарпаття поділяється на 13 адміністративних районів, які охоплюють 10 міст, у тому числі 4 міста обласного значення (Ужгород, Берегово, Мукачево, Хуст), 20 селищ міського типу та 579 сільських населених пунктів.

За наявністю двох тектонічних структур територія області поділяється на гірську та рівнинну частини. Карпатські гори займають приблизно 80 % території області, а Закарпатська (Притисінська) низовина – лише 20 % [29].

Регіон охоплює частину Українських Карпат, які є частиною великої гірської системи Карпат, що охоплює шість країн Європи. Ці гори простягаються з північного заходу на південний схід, мають різну висоту та вигляд. У північно-західній частині області гори мають помірну висоту, округлі вершини, широкі хребти та паралельні долини. У міру просування до південно-східної частини рельєф стає більш пересіченим, характеризується крутими схилами, гострими гірськими вершинами та глибокими долинами. На зміни рельєфу впливають тектонічна будова, склад порід, вплив четвертинного зледеніння на найвищі гірські райони.

Завдяки цьому, Карпати утворюють поздовжні ланцюги хребтів і міжгірських долин. Хребти асиметричні з крутими північно-східними схилами і пологими південно-західними. Середня висота хребта коливається від 700 до 1500 метрів, жодна вершина не перевищує снігову лінію.

Центральне пасмо гір, що складається з Полонинського хребта, масивів Свидовець і Чорногора, є найвищими вершинами Українських Карпат. Полонинський хребет простягається від річки Уж і її притоки Улички до річки Тересви, досягаючи висоти від 1200 до понад 1500 метрів. Річки Латориця і Ріка Хребте поділяються на чіткі масиви або долини, включаючи Рівну, Боржаву і Красну. Ці масиви мають конусоподібні вершини, які здіймаються над



вирівняними рівнинами, з'єднаними гострими хребтами. Визначними є вершини Рівна або Руна (1479 м), Стій (1677 м), Менчул (1501 м) та інші [5, с. 395].

У Закарпатській області панує м'який помірно-континентальний клімат, що формується під впливом таких факторів, як сонячна радіація, циркуляція повітря та рельєф. Протягом року рівнини, як правило, мають більш теплі температури, ніж гори. У липні середня температура становить близько  $+20^{\circ}\text{C}$ , тоді як у січні спостерігається зниження приблизно до  $-4^{\circ}\text{C}$ . Найбільші температурні коливання зазнають рівнинні території області. Найвища температура повітря на Закарпатті –  $+41^{\circ}\text{C}$  у місті Берегове.

Рівень опадів на Закарпатті в цілому достатній. Найбільша кількість опадів (понад 1400 мм) випадає у піднесених частинах Карпат, особливо у східних і північно-східних областях. З просуванням на південний захід кількість опадів зменшується, у районах Чопа та Берегового випадає 500-600 мм. Більшість опадів випадає в літні місяці, понад 60% — у червні. У горах пік опадів спостерігається в липні. Зливи та грози звичайні протягом літнього сезону.

У гірських районах сніговий покрив зазвичай утворюється в середині листопада, тоне на початку квітня і тримається приблизно 110 днів (наприклад, Нижній Студений). На рівнинній території сніговий покрив тримається з кінця грудня – початку січня до початку березня на Берегівщині, загалом близько 51 дня. Рівнинні території часто переживають зими без стійкого снігового покриву [5, с. 395].

Тим часом, область має значний природний потенціал для відпочинку та курортів. За кількістю та якістю лікувальних мінеральних вод Закарпаття займає перше місце в Україні. Проте родовищ лікувальних грязей та озокериту в області немає. Тут 620 джерел мінеральних вод, з них 360 досліджено, в тому числі джерела і родовища мінеральних і термальних вод. Ці води мають хімічний склад, який можна порівняти з відомими водами Кавказу, Чехії та Франції. Їх лікувальні властивості задокументовані в архівних документах середини XVI століття [39, с. 400].

Мінеральні води регіону не тільки мають лікувальну дію, але й мають чудові смакові якості, що робить їх придатними для лікувального харчування в санаторіях.

Нині у складі санаторно-курортних та туристично-оздоровчих закладів діє розгалужена мережа із 113 санаторіїв, 19 санаторіїв і профілакторіїв, 72 турбаз, баз відпочинку, лікувально-оздоровчих комплексів, 5 пансіонатів (див. *таб. 2.1*).

*Таблиця 3.1*

**Мережа туристичних закладів Закарпатської області, 2019 р.**

<b>Рік</b>	<b>Кількість туристичних та санаторно-лікувальних закладів</b>	<b>у т. ч. оздоровчих</b>	<b>у т. ч. рекреаційних</b>	<b>у т. ч. туристичних</b>
2018	392	24	123	245
2019	392	24	123	245
2020	443	18	146	279
2021	445	23	103	319
2022	511	23	126	362

*Джерело:* побудовано автором на основі [16].

До найвідоміших санаторіїв Закарпаття належать «Сонячне Закарпаття», «Поляна», «Цвіт Полонини» у Свалявському районі, «Карпати» та «Синяк» у Мукачівському районі, «Шаян» у Хустському районі, «Гірська Тиса». у Рухівському районі, а «Верховина» — у Міжгірському районі. Мікроклімат Солотвинських соляних копалень Тячівського району використовується для лікування алергічних неспецифічних захворювань легень, зокрема бронхіальної астми [39].

Саме, найбагатшим природним ресурсом області є ліси, які займають більше половини її території. Ліси Закарпаття складаються переважно з листяних (62,2%) та хвойних порід (29,9%).

У системі природно-заповідного фонду області налічується 415 територій та об'єктів загальною площею 75,8 тис. га. Зазначимо, що на Закарпатті

розташований національний природний парк «Синевир». Крім того, в Закарпатській області діє єдиний державний ботанічний сад при УжНУ.

В області 340 пам'яток природи, 21 – садово-паркового мистецтва, 3 заповідні території [29, с. 82]. Що стосується музеїв, то в області працюють три музеї, кожен з яких має свої філії та відділи. Закарпатський музей народної архітектури та побуту, створений у 1970 році на схилах Замкової гори в Ужгороді, демонструє споруди з різних регіонів області, що представляють українські, румунські та угорські поселення Закарпаття. У музеї представлені побутові та сільськогосподарські споруди, хатнє начиння, предмети побуту, знаряддя праці, які дають змогу ознайомитися з матеріальною та культурною спадщиною населення Закарпаття від XVII до 1940-х років. Серед інших цікавих пам'яток для відвідування – Ужгородський, Мукачівський, Чинадівський замки, руїни Невицького Виноградівського, Королівського та Хустського замків, вражаючий палац графів Шенборнів [29].

Загалом в області налічується 1817 пам'яток історії та культури, у тому числі археології (496), історії (1273), мистецтва (48). Театральна сцена — Український музично-драматичний театр і Ляльковий театр в Ужгороді, обласний російський драматичний театр у Мукачеві, Угорський театр у Берегові. Також в області є такі розважальні центри, як цирк «Яцко», «Дружба», Зарічево, Хуст, Мукачево, Закарпатський музей архітектури та побуту, Краєзнавчий музей в Ужгородському замку, Зоологічний музей.

Слід зазначити, що Закарпатська область має значну кількість пам'яток дерев'яної народної архітектури XVII–XIX ст. Крім того, можна знайти численні адміністративні, культові та житлові кам'яні споруди VII-VIII століть. У регіоні збереглося 118 дерев'яних церков, побудованих за останні п'ять століть. Загалом в області перебуває на обліку понад 700 пам'яток історії та культури, з них понад 100 пам'яток архітектури. Ці пам'ятки архітектури налічують понад 1000 років і охоплюють різні стилі європейської архітектури [5, с. 355].

Значним викликом для розвитку туризму в Закарпатській області є неналежний стан доріг. Через цю проблему туристи часто висловлюють

невдоволення і залишають негативні відгуки. Вузькоколія на Закарпатті також не ефективно вирішує транспортну проблему, адже її інфраструктура за останні два десятиліття не була належним чином оновлена через недостатнє фінансування. Позитивним моментом є те, що останнім часом спостерігається прогрес у будівництві мережі велосипедних доріжок відповідно до європейських стандартів, включаючи переходи, знаки та розмітку [37, с. 220].

Щоб залучити більше туристів, які віддають перевагу курортам Закарпаття та щороку відвідують регіон для відпочинку, лікування та отримання нових вражень, важливо створити сприятливі транспортні умови до місця призначення. Це завдання вимагає уваги не лише на місцевому, а й на державному рівні.

Підсумовуючи, Закарпатська область має унікальні передумови для розвитку туризму, серед яких:

- географічні переваги це вигідне географічне положення регіону як воріт України до Західної Європи пропонує переваги для прискореної інтеграції до європейських структур. Це єдиний регіон України, який межує з чотирма державами Центральної Європи. На підтвердження цього біля села Рахів встановлено пам'ятний знак «Центр Європи»;

- історичне значення має регіон, який зберігає свою самобутність, зберігаючи багату культурну спадщину, місцеві традиції та навички. У поєднанні з близькістю до країн Західної Європи це створює умови для швидкої адаптації місцевого населення до ринкових умов ведення бізнесу;

- економічний потенціал було досягнуто позитивних структурних зрушень, що є міцною основою для поступового економічного зростання;

- транспортна інфраструктура: добре розвинута мережа автомобільних доріг і залізниць разом із зручним географічним розташуванням регіону може принести значні переваги регіону;

- природні ресурси Закарпаття має унікальні природні ресурси, серед яких мінеральні води, ліси, значні запаси підземних і поверхневих вод, інші промислово цінні корисні копалини. Він охоплює різноманітні ландшафтно-кліматичні зони, де можна побачити такі визначні пам'ятки, як гора Говерла

(найвища вершина Українських Карпат – 2061 метр), річка Тиса (одна з найбільших річок Європи), долина нарцисів біля м. Хуст та оз. Синевир, високогірне озеро, розташоване на висоті 989 метрів;

– рекреаційний потенціал області має значний природний потенціал для санаторно-курортного лікування та оздоровлення, що може сформувати рекреаційну сферу як провідну галузь економіки області;

– екологічні переваги є відносно низький рівень антропогенного забруднення навколишнього середовища та значна екологічна роль Карпатських гір на континенті сприяють формуванню позитивного іміджу регіону з точки зору стійкості та збереження довкілля.

Ще однією передумовою розвитку стратегії інноваційного туризму на Закарпатті є залучення інвестицій у туристичну галузь. Це передбачає залучення інвесторів для розвитку готельного бізнесу, створення нових туристичних об'єктів, підтримки транспортної інфраструктури та інших проектів, спрямованих на забезпечення комфортного перебування туристів [37, с. 220].

Загалом можна сказати, що за останні роки в Закарпатській області спостерігаються помітні зрушення у впровадженні інноваційних туристичних стратегій. Започатковано такі ініціативи, як «Карта Закарпаття», щоб залучити нових туристів шляхом надання інформації про туристичні маршрути, заклади, розваги та послуги в регіоні. Крім того, розроблено мобільний додаток «Закарпаття.Туризм», який дає змогу туристам отримати доступ до необхідної інформації про туристичні об'єкти та здійснити бронювання готелів і квитків на заходи.

Для більш детального розгляду розглянемо діяльність ТОВ «Сант Валентин» у Закарпатську область, яка на нашу думку представляє загальну тенденцію впровадження інноваційних туристичних стратегій у Закарпатській області підтверджується ініціативами та кроками, що свідчать про прагнення покращити інформаційну підтримку для туристів та забезпечити зручність та доступність туристичної інфраструктури.

### **3.2 Розробка інноваційного маршруту згідно даних ТОВ «Сант Валентин» у Закарпатську область**

Туроператор ТОВ «Сант Валентин» був заснований у 2000 році та швидко став помітним гравцем на ринку дитячого туризму в Україні, зосереджуючись переважно на турах до Європи. Туристичне агентство «Тов Сант Валентин» займає лідируючі позиції в наданні туристичних послуг, маючи висококваліфіковану та досвідчену команду. В результаті всі тури, які пропонує агентство, ретельно організовані та якісні, супроводжуються необхідними елементами та документацією. З більш ніж трьома сотнями ретельно розроблених і вишуканих туристичних програм увага приділяється кожній дрібниці.

Створення туристичного маршруту є відповідальним етапом організації подорожі, пов'язаним з визначенням самого маршруту, його складових частин, розкладу та інших деталей. При плануванні туристичного маршруту Закарпаттям важливо враховувати різноманітність природних, історичних та культурних пам'яток регіону. Ці маршрути можуть включати відвідування гірських курортів, водоспадів, заповідників Карпат, старовинних замків, церков, монастирів, музеїв, галерей та інших культурних пам'яток [2, с. 156].

Крім того, важливо враховувати різноманітні види туризму, популярні на Закарпатті, зокрема гірський туризм, екологічний туризм, гастрономічний туризм, винний туризм, релігійний туризм, спортивний туризм тощо. Відповідно, маршрут може бути розроблений для підтримки розвитку цих видів туризму та включати відповідні заходи та об'єкти.

Для підвищення якості туристичного маршруту можуть бути використані інформаційні матеріали та рекламні буклети, що містять детальну інформацію про маршрут, його складові, інтригуючі факти та розповіді про визначні пам'ятки на шляху [39, с. 83]. Крім того, слід розглянути різні форми туризму, такі як їзда на велосипеді, верхова їзда, їзда на автомобілі та пішохідні маршрути,

щоб розширити туристичну інфраструктуру та задовольнити інтереси та вподобання різноманітних туристів.

Однією з інноваційних стратегій підвищення туристичного попиту в Закарпатській області є створення туристичних маршрутів. Ці маршрути можуть бути зосереджені на відвідуванні різноманітних туристичних об'єктів, культурних локацій та природних пам'яток краю, що дозволить туристам максимально повно відчувати культурну та природну спадщину Закарпаття.

Таким чином, організація туристичних фестивалів може слугувати інноваційним підходом до стимулювання туристичного попиту. Ці фестивалі можуть бути спрямовані на підтримку діяльності, пов'язаної з туризмом, як-от виноробство, крафтове пивоваріння, місцева кухня, народне мистецтво тощо. Подібні заходи мають потенціал для залучення численних туристів, зацікавлених у знайомстві з культурними традиціями та гастрономією регіону [33, с. 642].

Насамперед, варто зазначити, що розвиток інфраструктури та послугтакож впливає на попит на туризм у регіоні. Щоб стимулювати попит, можна впроваджувати інноваційні стратегії, такі як покращення дорожньої мережі, покращення готельної та ресторанної індустрії, надання високоякісних послуг та пропонування інших зручностей.

Одна з інноваційних стратегій передбачає впровадження нових технологій у туризм, таких як віртуальна реальність і мобільні додатки. Усі ці інноваційні підходи можуть сприяти зростанню туризму в Закарпатській області, залученню більшої кількості відвідувачів та створенню позитивних економічних і соціальних ефектів для регіону.

У 2020 році Український культурний фонд у співпраці з міжнародними партнерами підтримав ініціативи закарпатців, місцевих установ та організацій. Закарпаття увійшло до п'ятірки кращих регіонів України за кількістю реалізованих проектів у рамках програми Українського культурного фонду "Культура. Туризм. Регіони". У 2019 році успішно реалізовано шість проектів. У таблиці 3.2 наведено перелік культурно-туристичних ініціатив, підтриманих УКФ в області у 2020 році представлено у *таб. 3.2*

## Інноваційні проєкти Закарпатської області

№ з/п	Проєкт	Зміст
1.	Культурний маршрут «Шлях гуні»	Культурний маршрут в селі Річка, який поєднає природні ландшафти полонини Боржава, традиційне полонинське господарювання і виробництво одягу з овечої шерсті народними майстрами. Річка – одне з небагатьох сіл в Українських Карпатах, де до нашого часу збереглася традиція виготовлення одягу з овечої вовни
2.	Ужгород в обличчях	У рамках проєкту було створено культурно-мистецьку платформу на базі винного простору «СироВина» та проведено низку онлайн-зустрічей з відомими практиками, які досягли успіху та прославили Ужгород в галузі культури і креативних індустрій.
3.	Пізнай Ужгород	Унікальні туристичні маршрути в інтерактивних листівках з аудіогідами. Ініціатива стала історичним путівником пам'ятками культурної та архітектурної спадщини міста з цікавими запитаннями і завданнями. Над проєктом працювали відомі екскурсоводи, художники, дизайнери, журналісти та культурні діячі.
4.	Чендей Фест 2020	Автори проєкту провели Всеукраїнський літературний конкурс малої прози з нагоди 95-річчя українського прозаїка, автора сценарію культового фільму «Тіні забутих предків» І.Чендея. Щороку конкурс набуває все більшого масштабу і цього року організатори доповнили проведення комплексного заходу, кількадечним тренінгом та заснуванням нового туристичного маршруту на Тячівщині «Стежками Івана Чендея». Проєкт було спрямовано на популяризацію та розвиток української літератури та вивчення творчої спадщини письменника.
5.	Гуцульська ватра фольк-фешн фест 2020	Це перформанс гуцульської моди у сучасній інтерпретації. Одна з ключових ідей заходу – переосмислення гуцульської моди. «Орнаментальне, колористичне і технічне багатство гуцульської вишивки, якою гуцули прикрашали і прикрашають одяг – сорочки, кептарі, сердаки, капчури тощо – це джерела натхнення і поштовх для роздумів модельерам, які працюють в стилі etno-fashion».
6.	Культурний шлях "Село Дерцен"	Дослідження і класифікація інформації про історію і традиції села Дерцен та створення Туристичного маршруту (організація системи зелених садиб, розробка і проведення екскурсій, культурних атракцій, дегустацій).
7.	Музей мініатюр туристичних об'єктів Закарпаття	У рамках проєкту створено Музей мініатюр туристичних об'єктів Закарпаття, аналога якого не має на території області. Автори проєкту також розробили програми про співпрацю з туристичними операторами, агентами, музеями, екскурсоводами. Очікується, що в кінцевому результаті реалізація проєкту сприятиме розвитку майстрів традиційного промислу, туристичного потенціалу регіону, економічного потенціалу громади та місцевих жителів.



## Продовження таблиці 3.2

8.	Невицький замок – історії забутих предків	Проект був спрямований на створення та промоцію туристичного продукту, пов'язаного з історією та середньовічною культурою Невицького замку. Автори створили квест, який включає ремісничі майстер класи та комплекс суміжних туристичних послуг, які надаються громадами та підприємцями Закарпатської області — с. Кам'яниця, с. Невицьке та інших населених пунктів поблизу замку.
9.	Створення музею гуцульської бриндзи в Рахові	Ідея створення Музею гуцульської бриндзи в Рахові спрямована на популяризацію та підвищення престижності професії вівчаря, збереження традиційних технологій виготовлення сиру та гуцульської культури.
10.	Інноваційний культурний маршрут "Шлях закарпатського живопису"	Інноваційний культурний маршрут «Шлях Закарпатського живопису» Культурний маршрут розповідає про Закарпатську школу живопису – традицію, що сформувалася в регіоні у 1920-50-х рр. на засадах західноєвропейського малярства початку ХХ ст. та естетики українського народного мистецтва. Це маршрут, який зібрали з 459 пейзажів художників Закарпаття. Вони 70 років тому написали картини з натури, а ми сьогодні об'єднали їх в унікальну мапу. Без чітких вказівок та планів — місця сили, довкола яких можна планувати свої туристичні маршрути, щоб побачити унікальну флору та фауну, скуштувати народні страви, побачити старовинні церкви та познайомитися з культурним спадком регіону.
11.	Реміснича мануфактура "Паланок"	У рамках проекту створено креативний простір на території пам'ятки культури національного значення – Мукачівського замку Паланок.

*Джерело:* розробка автора на основі [33, с. 642].

В даний час «болотний туризм» переживає сплеск популярності, приваблюючи мандрівників з різних країн світу. Визнаючи цю тенденцію, українська область Закарпаття вирішила сприйняти та розвивати цей вид туризму [33, с. 642].

За словами експерта з туризму Федіра Шандора, Фінляндія (зокрема, місто Гурюнсальмі) є відомим місцем для болотного туризму. Щороку тут проходить Чемпіонат світу з болотного футболу, який приваблює туристів з усього світу. Подібним чином британське містечко Ллануертід (Уельс) щорічно організовує Чемпіонат світу з стрибків у воду серед туристів.

Однак, останнім часом на Закарпатті також почав процвітати болотний туризм. Визначними місцями є Чорний Мочар у Дідовому, Глуханний на Міжгірщині, Чорне Багно на Іршавщині, Вількове та озеро Синьє на Мукачівщині,

озеро Несамовите на Рахівщині. Особливою популярністю серед фотолюбителів користуються озера, які в період цвітіння ряски та ірисів перетворюються на болота. Крім того, гірські болота стали місцем паломництва для власників фотоквадрокоптерів, оскільки зйомка приголомшливих пейзажів боліт дуже затребувана.

Саме в Ужгороді запровадили інноваційний інтерактивний туристичний маршрут «Стежка історій». Цей маршрут об'єднує 12 пам'яток, серед яких Закарпатський музей народної архітектури та побуту, Ужгородський замок і Закарпатський краєзнавчий музей, Вознесенський собор, Синагога, Пам'ятник Ліхтар дядькові Колю, Ужгородський глобус, Закарпатський обласний художній музей імені Йосипа Бокшая, Сад каменів, вул. Культурно-історичний центр «Совине гніздо», пам'ятник Августину Волошину, ясен Масарика, пам'ятник Шандору Петефі. Загальна довжина міста складає 3 кілометри, і відвідувачі міста можуть досліджувати ці визначні пам'ятки та заглибитися в їх історію протягом години-двох.

Тим не менше, Ужгородська траса, як і в інших містах, позначена стрілками та спеціальними знаками з QR-кодами, символами та номерами місць. Біля пам'яток розміщені таблички з QR-кодами, а стрілки спрямовують відвідувачів до наступної локації. Відсканувавши QR-код смартфоном або планшетом, туристи потрапляють на сторінку з детальним описом і фотографіями найближчих історичних чи культурних об'єктів. Описи також містять посилання на повну карту міста із зазначенням розташування інших табличок з QR-кодами. Інформація доступна українською, англійською, угорською та російською мовами. Ужгород – четверте місто в Україні, яке реалізує такий проект, слідом за Полтавою, Чернівцями та Херсоном. Символом ужгородської траси є доброзичливий ведмідь [20].

На основі аналізу туристичного ринку Закарпаття розроблено еногастрономічний тур «Закарпатський релакс» – термальний аква-тур. Детальніше згідно з вимогами дисертації див. ДОДАТОК А «Технологічна карта екскурсії» як зображено на *рис 3.2*.

## Технологічна карта екскурсії

Назва екскурсії «Закарпатський релакс»

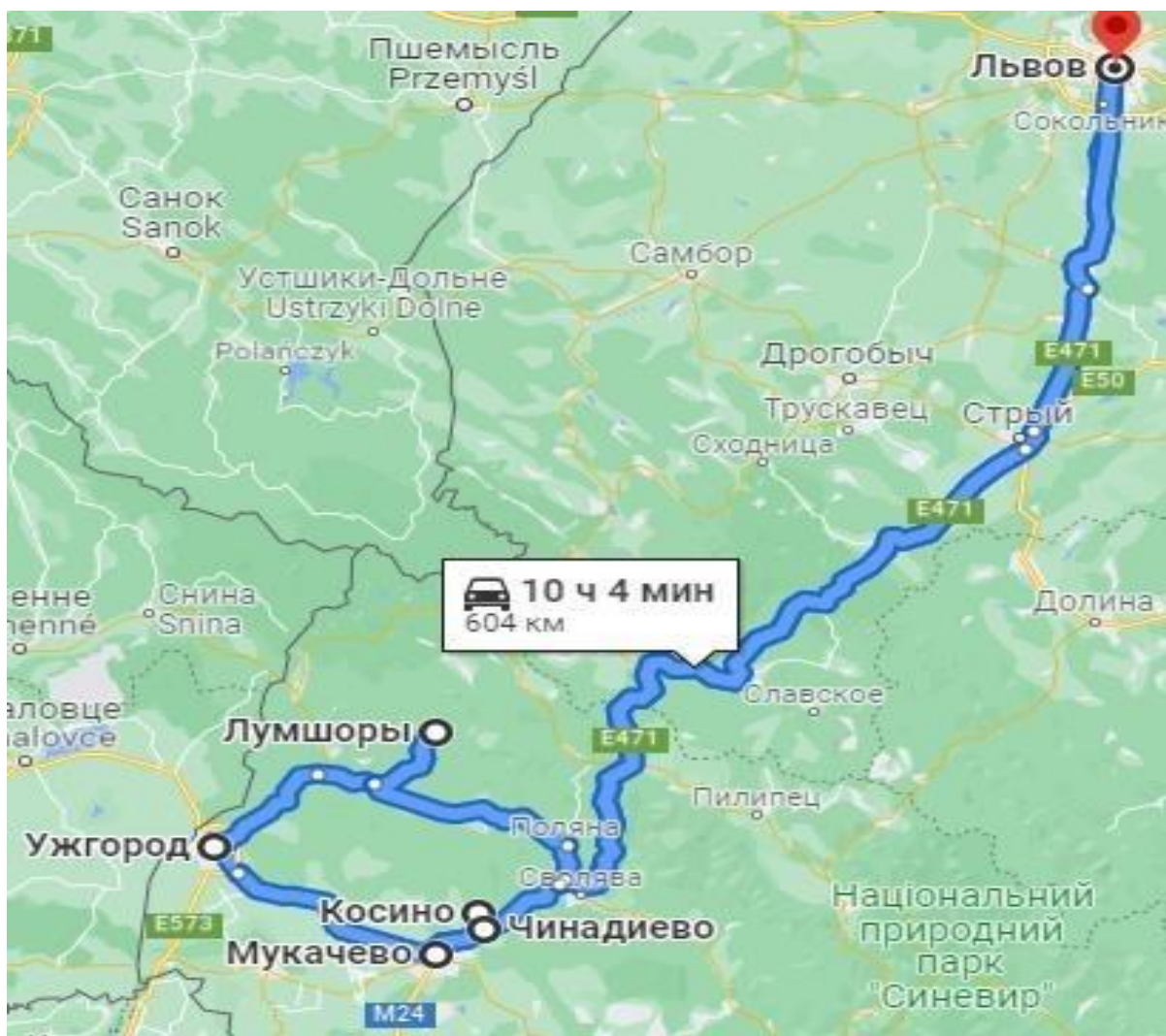
Тривалість 2 дні та одна ніч

Протяжність 672 км

Автор-розробник Мироненко Владислав

Тематичний напрямок екскурсії ено-гастрономічний тур

Маршрут екскурсії Львів-Чинадієво-Мукачево-Косино-Ужгород-Лушпори-Львів:



**Рис.3.2.** Маршрут екскурсії на карті  
*Джерело:* побудовано автором на основі [33, с. 642].

## Етапи екскурсії

Етапи переміщення за маршрутом	Місця зупинок	Об'єкт показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки щодо Організації	Методичні вказівки
з/в Львів 08:00	Місце зустрічі	-	3 год. 26 хв	По дорозі гідекскурсовод розповість про історію краю та цікаві історії з життя місцевого населення	-	Екскурсійна розповідь в автобусі
Замок Сент-Міклош в Чинадієво 09:30	Вхід у замок	Замок СентМіклош в Чинадієво	60 хв	Екскурсовод, що працює в замку розповість найпотаємніші історії	-	Квитки входять у вартість туру
м.Мукачево 12:00	Ресторан «Рів'єра»	обід	90 хв	-	-	Не включено у вартість туру
Косино 14:00	«Термальні води Косино»	Басейни та сауни	3 год 30хв	Купання в термальних водах	-	Квитки входять у вартість туру
Берегово 19:00	м.Берегово дегустаційна зала	Дегустація вина	60 хв	Дегустація вина традиційних закарпатських виноробів		Винороб розповідає про специфіку виготовлення вина та про сімейні традиції
Берегово 20:30	Садиба	Вечеря	40 хв	Куштуємо нац. кухню		
2й день 08:00 сніданок	Сніданок та виїзд	-	-	-	-	включено

## Продовження таблиці 3.3

09:20	Ужгород	Міський замок	1 год 30хв	Розповідь про місто, жителів, історію та культуру, а також про історію замку	-	Включено квитки до замку
11:20	Ресторан «Вілла Пі»	обід	60 хв	-	-	-
13:30	Лумшори	Купальні	5 год	Купання в традиційних чанах	-	Входить у вартість туру
23:30	Львів	з/в Львів	-	Прощання	-	-

*Джерело:* побудовано автором на основі [33, с. 642].

Оцінка ефективності впровадження інновацій в туризмі є одним із важливих факторів. Беручи до уваги мінливість ринку та постійний приплив інноваційних продуктів, швидке розповсюдження та наслідування конкурентами створюють значні проблеми для успішних інноваторів. Однак новий продукт пропонує ряд переваг, зокрема модельний підхід, технологічні інновації та нові форми організації бізнесу. Серед них найефективнішим методом є створення глобального консорціуму. Для адекватної оцінки ефективності інноваційного розвитку на підприємствах потрібен універсальний інструментарій оцінки ефективності.

Цей показник, передбачає використання змішаної адитивної оцінки різних варіантів розвитку туристичного підприємства:

$$I_{0j} = \alpha_j \cdot I_{1j} + \beta_j \cdot I_{2j} + \gamma_j \cdot I_{3j}, \quad (1)$$

де  $I_{0j}$  – комплексна оцінка  $j$ -го варіанта інноваційної стратегії розвитку туристичного підприємства;

$I_{1j}$ ,  $I_{2j}$ ,  $I_{3j}$  – оцінки  $j$ -го варіанта інноваційної стратегії розвитку туристичної компанії за принципом дисконтування грошових потоків, мультиплікативної та опціонної

*складових відповідно;*

*$\alpha_j$ ,  $\beta_j$ ,  $\gamma_j$ – вагомості підходів дисконтування грошових потоків, мультиплікативного та опціонного, відповідно, при  $j$ -му варіанті оцінки інноваційної стратегії розвитку туристичного підприємства.*

$$\alpha_j + \beta_j + \gamma_j = 1 \quad (1.1)$$

Важливо підкреслити, що значущість інноваційних компонентів у стратегії зростає залежно від їх усвідомленої важливості. За необов'язкового підходу ці оцінки служать визнанням майбутніх перспектив компанії.

Проте автор не встановив вагові критерії ( $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ ) та  $j$ -фактори, що дозволило компанії досліджувати власні стратегічні альтернативи.

З нашої точки зору, вирішальними критеріями для інноваційного розвитку туристичних підприємств є нематеріальні активи, які значною мірою впливають на операційну ефективність. До них відносяться оцінка туристичного потенціалу з точки зору доступних ресурсів у відвідуваних країнах (в'їзд-виїзд), потенційний масштаб потреб клієнтів, репутаційний потенціал та інтелектуальний капітал туристичного підприємства. Ці фактори сприяють якісному обслуговуванню сервісної організації та довірі споживачів до продукції, що пропонується компанією [20].

Потужність клієнтського потенціалу туристичної фірми визначається широким використанням інтернет-технологій і медіа-діяльністю туроператорів (турагентів), що впливає на залучення клієнтів і охоплення.

Маркетингові інновації, спрямовані на підвищення медіаактивності туроператорів і підвищення впізнаваності бренду, а також диверсифікацію джерел інформації для потенційних туристів, спонукали туристичні компанії до перерозподілу рекламних бюджетів. Ця зміна враховує комунікативну волатильність ринку.

Туристичні оператори активно створюють підрозділи зі зв'язків з громадськістю, головною метою яких є формування сприятливого іміджу організації на основі міцної ділової репутації. Бізнес-імідж, репутація, торгова марка та концепції брендингу привернули увагу маркетологів і спеціалістів у цій галузі. При оцінці діяльності підприємств нематеріальні активи часто розглядаються та включаються у формулу ефективності як «вартість компанії (включаючи матеріальні активи) плюс (або мінус) вартість її репутації».

Високий рівень репутації став необхідною умовою досягнення фірмами стабільного та довгострокового успіху в бізнесі. Це також є ключовим фактором конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Завдяки дослідженням ринкових позицій компаній, що займаються продажем пакетних турів, були визначені та узагальнені характеристики технічних послуг, що зміцнило сприйняття туроператорів як провідних компаній. Деякі з найвпливовіших позицій включають «міжнародну компанію», «заслуговує довіри», «має гарну репутацію», «позитивний особистий досвід», «надійна/стабільна компанія», «відома компанія», «широкий вибір туристичних послуг», «пропонує програму лояльності», «кваліфікований персонал», «позитивні онлайн-відгуки» тощо.

Розгляд репутаційного капіталу як мультиплікатора стійкого зростання прибутковості туристичної компанії підкреслює необхідність створення системи соціально-економічних та організаційних умов для його збереження та розвитку. Це вимагає формулювання репутаційної стратегії в рамках загальної корпоративної стратегії, а також впровадження відповідних механізмів для підтримки її виконання [20].

Використання стратегічного інструментарію для створення та розвитку ділової репутації фірми, яка відповідає вимогам зовнішнього ринку та потребам суспільства, передбачає створення ефективної системи іміджевих рішень та ідей бренду. Ці ініціативи просуваються як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що дозволяє вітчизняним підприємствам вирішувати проблеми успішної інтеграції та виходу на світовий ринок. Отже, вони можуть отримати нові

конкурентні переваги та досягти сталого довгострокового економічного зростання.

Репутаційний капітал та його позиціонування, що передбачає зміцнення суспільної довіри до соціально відповідальних бізнес-організацій, формування позитивного іміджу, формування сприятливої громадської думки та підвищення престижу торгових марок, мають особливу економічну цінність. Підвищення престижу бренду позитивно впливає на його ефективність на ринку, що призводить до збільшення обсягів продажів і зміни конкурентного середовища на його користь. В результаті компанія розширює свій фінансово-економічний вплив і, інвестуючи у зв'язки з громадськістю та розвиваючи програми лояльності, ще більше зміцнює свій репутаційний капітал. Це забезпечує безперервний процес відтворення капіталу всередині компанії, створюючи мультиплікативний ефект, де початковий імпульс посилюється високою оцінкою діяльності організації.

Унікальність запропонованої моделі полягає в її здатності визначати мультиплікатор інновацій на мікрорівні за допомогою аналітичних розрахунків і додаткових оцінок. Крім того, це дозволяє розрахувати значення кожного фактора впливу на ефективність інноваційної стратегії підприємства.

На підставі отриманих даних розрахуємо економічну ефективність туру підприємства ТОВ «Сант Валентин»:

### **Економічна ефективність відпровадження туру**

540 турів 630 у.о

1 період – реалізовано 20%, при знижці 10%

2 період – збільшилось на 30%, при знижці 5%

3 період - збільшилось на 55% при знижці 5%

4 період - реалізовано 45 турів при знижці 10%

*A1 Визначити невідому базу тур агенції у періоду поточного року.*

*A2 Визначити загальну економічну ефективність і маржинарний дохід.*

*A3 Висновки та пропозиції, визначити потенційну винагороду ТО, ТА, ГК.*

A1



1 період = 108 турів, 567 у.о.	<b>С вт.</b> = 518.75 у.о.
2 період = 140 турів, 538 у.о	1 півріччя = 248 турів
3 період = 217 турів, 511 у.о.	2 півріччя = 262 турів
4 період = 45 турів, 459 у.о.	рік = 510 турів

A2

Еф у.о. = (630-567) * 540 =	34 020 у.о.
Еф 1 періоду = (630-567) * 108 =	6804 у.о.
Еф 2 періоду = (630-567) (140-108) + (567-538) 140 =	6076 у.о.
Еф 3 періоду = (538-511) 217 =	5859 у.о
Еф 4 періоду = (511-459) 45 =	2340 у.о
Еф 1 півріччя = 6804+6076 =	12 880 у.о
Еф 2 півріччя = 5859+2340 =	8199.о.
Еф року= 12880+8199 =	21 079 у.о.

A3

Дохід у.о. = 630*540 = 340 200 у.о. ( 9 015 300 г.о. )
Дохід 1 періоду = 108*567 = 61 236 у.о. ( 1 622 754 г.о. )
Дохід 2 періоду = 140* 538 = 75 320 у .о. ( 1 995 980 г.о. )
Дохід 3 періоду = 217*511 = 110 887 у.о. ( 2 938 505 г.о. )
Дохід 4 періоду = 45*459 = 20 655 у .о ( 547 357 г.о. )
Дохід 1 півріччя = 61 236+75 320 = 136 556 у.о. ( 3 618 734 г.о. )
Дохід 2 півріччя = 110 887+20 665 = 131 552 у.о. ( 3 486 128 г.о. )
Дохід року = 136 556+131 552 = 268 108 у.о. ( 7 104 862 г.о. )

ТА (10%) = 26 810 у.о. ( 710 465 г.о.)

ТО (25%) = 67027 у.о. ( 1 776 215 г.о.)

ГК (65%) = 174 270 у.о.

Комісія банку ( 2% ) = 3485 у.о.

### **Висновки та пропозиції:**

Діяльність тур компанії визначена економічно неефективною та неприбутковою, що доведено розрахунками.

У зв'язку з цим нами рекомендовано зробити реновацію номерного фонду та покращити якість послуг, А саме: покращення якості переїзду туристів у цьому випадку .

Дохід 1 періоду =  $108 * 567 = 61\,236$  у.о. ( 1 622 754 г.о. )

Дохід 2 періоду =  $140 * 538 = 75\,320$  у .о. ( 1 995 980 г.о. )

Дохід 3 періоду =  $217 * 511 = 110\,887$  у.о. ( 2 938 505 г.о. )

Дохід 4 періоду =  $45 * 459 = 20\,655$  у .о ( 547 357 г.о. )

Дохід 1 півріччя =  $61\,236 + 75\,320 = 136\,556$  у.о. ( 3 618 734 г.о. )

Дохід 2 півріччя =  $110\,887 + 20\,665 = 131\,552$  у.о. ( 3 486 128 г.о. )

Дохід року =  $136\,556 + 131\,552 = 268\,108$  у.о. ( 7 104 862 г.о. )

ТА (10%) = 26 810 у.о. ( 710 465 г.о.)

ТО (25%) = 67027 у.о. ( 1 776 215 г.о.)

ГК (65%) = 174 270 у.о.

Комісія банку ( 2% ) = 3485 у.о.

Результати розрахунку свідчать про наявні економічні можливості та можуть бути використані для дослідження систем управління та перспектив розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту у Закарпатській області

### **3.3 Система управління та перспективи розвитку інноваційних стратегій стимулювання попиту у Закарпатській області**

Ретельний аналіз і стратегічне планування є важливими для системи управління та майбутнього розвитку інноваційних стратегій для стимулювання попиту в Закарпатській області. Щоб підвищити попит на продукти та послуги, що пропонуються в регіоні, надзвичайно важливо розробити та впровадити інноваційні стратегії, які сприятимуть стабільному зростанню туризму, промисловості, сільського господарства та інших секторів економіки.

По-перше, основним аспектом цієї системи є аналіз ринку та споживачів. Необхідно визначити найбільш затребувані продукти та послуги серед туристів, зрозуміти критерії їх відбору та визначити шляхи підвищення якості та доступності цих пропозицій. Це може бути досягнуто шляхом використання методів маркетингових досліджень та аналізу даних [20].

По-друге, розвиток інфраструктури є ще одним важливим компонентом. Важливо забезпечити належний рівень комфорту та безпеки як для туристів, так і для мешканців, оскільки це позитивно впливає на попит на туристичні послуги. Отже, необхідно докласти зусиль для розвитку транспортної та готельної інфраструктури, забезпечення доступності та якості послуг зв'язку, підключення до Інтернету та інших необхідних зручностей.

Насамперед, необхідно залучати інвестиції та стимулювати інноваційні проекти в різних секторах економіки, зокрема в сільському господарстві та промисловості. Впровадження нових технологій та інноваційних рішень може підвищити ефективність виробництва, конкурентоспроможність, зменшити витрати на енергію та забезпечити сталий розвиток. Створення інноваційних кластерів, що об'єднують наукові установи, галузі та організації, що працюють у певних галузях, можна розглядати як сприяння спільному розвитку та вирішення спільних проблем.

Тоді як, вкрай важливо використовувати туристичний потенціал регіону шляхом створення нових і захоплюючих туристичних маршрутів, які охоплюють культурні та природні пам'ятки, виноробні, замки та фортеці. Щоб досягти цього, можна застосувати такі інноваційні підходи, як віртуальна реальність та інтерактивні технології, щоб привернути увагу туристів і підвищити загальну якість туристичного досвіду.

Для ефективного управління розробкою інноваційних стратегій, спрямованих на стимулювання попиту в Закарпатській області, необхідно створити комплексну систему моніторингу та аналізу ринку. Ця система дозволить своєчасно ідентифікувати тенденції та потреби споживачів, а також сприятиме ефективному плануванню та координації заходів щодо стимулювання



Продовження таблиці 3.4

2016	287	229	58	17929	10160	7769	220644	142466	78178
2017	268	213	55	16930	9473	7464	230000	166470	63530
2018	256	211	45	15865	10658	5207	269250	204350	64900
2019	250	208	42	15310	10160	5141	313082	237900	75182

Джерело: побудовано автором на основі [14, с. 10].

За результатами дослідження, проведені науковцями Н. Богдан, Н. М. та А. Рябєвим, свідчать, що до 2013 року всі показники роботи колективних засобів розміщення мали тенденцію до зниження. Однак значний перелом стався у 2013 році, коли кількість готелів і подібних приміщень зросла на 51%, а їх місткість – на 58,4%. Згодом, починаючи з 2014 року, деякі показники ефективності почали змінюватися. Отже, можна зробити висновок, що протягом 2013–2016 років відбулося укрупнення засобів розміщення, а подальше зниження показників можна пояснити економічною, політичною та фінансовою нестабільністю країни [14, с. 10].

Загалом у 2019 році на Закарпатті працювало 54 готельних підприємства (юридичних осіб). Це включає 42 готелі та подібні заклади розміщення, 10 місць відпочинку та інших тимчасових місць розміщення (таких як будинки, пансіонати, бази відпочинку, гуртожитки, туристичні центри та гірські притулки) та 2 інших типи розміщення. Найбільша концентрація закладів розміщення в м. Ужгород (29,6%), далі йдуть Свалявський район (11,1%), Міжгірський район (9,3%), Мукачівський та Ужгородський райони (по 7,4%), Мукачівський, Рахівський, Тячівський райони (по 5,6%) [14, с. 10].

Незважаючи на коливання показників ефективності, кількість влаштованих осіб за останні роки не зменшилась, а має тенденцію до зростання [2, с. 156]. Вивчення закладів розміщення показує, що в регіоні одночасно може

проживати близько 26 тис. осіб, а також для прийому гостей доступні 600 сільських садиб.

Таким чином, особливо важливим є надання послуг з оздоровлення та відпочинку дітей у літній період (див. *табл. 2.3*). Проте таблиця свідчить про зменшення кількості закладів оздоровлення та відпочинку дітей, а також кількості відпочиваючих, які користуються їх послугами. Це говорить про нижчий рівень сервісу та комфорту в інвентарі номерів для молоді.

У 2016 році функціонувало лише 136 закладів, що в 2,5 рази менше порівняно з 2015 роком. Відповідно, суттєво зменшилася кількість осіб, які перебувають у цих закладах. У 2019 році відбулося незначне збільшення кількості дітей у закладах оздоровлення та відпочинку порівняно з 2018 роком, але наповненість та кількість дітей, які перебувають у цих закладах, суттєво не змінилися. Пандемія коронавірусу у 2020 році та військова інтервенція Росії в Україну у 2022 році суттєво вплинули на ситуацію з оздоровленням та відпочинком дітей в Закарпатській області та призвели до закриття закладів оздоровлення та відпочинку оскільки у зв'язку з пандемією COVID-19 влада вводила обмеження та локдауни, що призвело до тимчасового припинення функціонування. Пандемія та військова інтервенція суттєво позначилися на економічному становищі регіону. Зменшення доходів, втрата робочих місць та загальна нестабільність змусили багатьох батьків відмовитися від відправлення своїх дітей до закладів оздоровлення та відпочинку, що призвело до зниження наповненості цих закладів в пандемічний період і соціальне переповнення у ході воєнних дій.

Вирішальну роль у зміцненні туристичної інфраструктури відіграє створення туристичних інформаційних центрів. Наразі в області працює п'ятнадцять таких центрів. У 2019 році урочисто відкрили п'ять нових туристично-інформаційних центрів, а саме в Ужгороді, селі Пийтерфолво Виноградівського району, селі Ділове Рахівського району, селі Гукливій Воловецького району та селі Яноші Березівського району. Поліпшення поширення інформації про туристичні пропозиції регіону, на мій погляд, є одним

із першочергових і економічно ефективних заходів для стимулювання в'їзного міжнародного туризму. Це пояснюється тим, що недостатня поінформованість іноземних споживачів про туристично-рекреаційний потенціал регіону є значним викликом [14, с. 10].

Таблиця 3.5

**Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку в Закарпатській області  
протягом 2015–2019 рр.**

Роки	Кількість закладів, одиниць		У них місць, одиниць		Кількість дітей, які знаходилися у закладах, осіб	
	усього	у тому числі заклади оздоровлення	усього	у тому числі заклади оздоровлення	усього	у тому числі заклади оздоровлення
2015	333	15	4264	1581	45175	3130
2016	136	10	3158	1208	22239	2695
2017	175	10	2731	1205	27929	3329
2018	145	12	2982	1482	25811	4842
2019	196	10	2760	1109	26906	3218

*Джерело:* побудовано автором на основі [14, с. 10].

Розглядаючи динаміку туристичних потоків, стає очевидним, що в цілому вони демонструють неоднорідну структуру, що можна пояснити політичними, економічними та епідеміологічними факторами. Найбільше відвідувачів, які досліджували регіон та зупинялися на базах відпочинку, було зафіксовано у 2019 році (див. *табл. 3.6*).

Таблиця 3.6

**Динаміка туристичних потоків в Закарпатській області у 2011-2020 роках,  
осіб**

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, всього	Іноземні туристи	Туристигромадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи
2011	21773	722	10806	10245
2012	20180	733	11792	7655

*Продовження таблиці 3.6*

2013	19892	515	12963	6414
2014	11625	6	9815	1804
2015	10656	13	7594	3049
2016	11601	68	7939	3594
2017	14652	102	10534	4016
2018	25348	183	18907	6258
2019	28044	114	19962	7968
2020	14669	-	12156	2513

*Джерело:* побудовано автором на основі [14, с. 10].

На підставі отриманих даних, останнім часом кількість туристів, які обслуговуються в Закарпатській області, є відносно низькою – загалом за минулі роки лише 244 127 туристів, а у 2019 році – 28 044. Проте ця цифра є найвищою з 2011 року. Постійне зниження туристичних потоків у Закарпатська область з того часу пояснюється декількома факторами, зокрема наявністю варіантів відпочинку за кордоном, зростанням очікувань туристів щодо комфорту проживання та різноманітних послуг, таких як медична допомога, транспорт, якість доріг. Крім того, якість наданих послуг не відповідає їх вартості, що призводить до завищених цін. Отже, туристичні заклади всіх типів важко конкурують з іноземними курортами. Внаслідок цього негативно позначається динаміка туристичних потоків [11, с. 228]. (Будь ласка, зверніть увагу, що цей парафраз не змінює початкове значення, але він змінює структуру та використовує синонімічні фрази для передачі інформації.)

На тенденції в'їзного туризму в Україну впливає політична ситуація в країні, починаючи від стабільності до невизначеності та військових конфліктів. Ця залежність проявляється і в Закарпатській області. Починаючи з 2010 року спостерігається безперервне падіння в'їзного туризму, відносна стабільність якого спостерігається у 2017-2018 роках. Піковим роком був 2010 рік з 8425 відвідувачами, тоді як у 2014 році відвідало лише шість іноземних туристів, що становить зменшення на 509 порівняно з 2013 роком. Цей спад у 2013-2015 роках

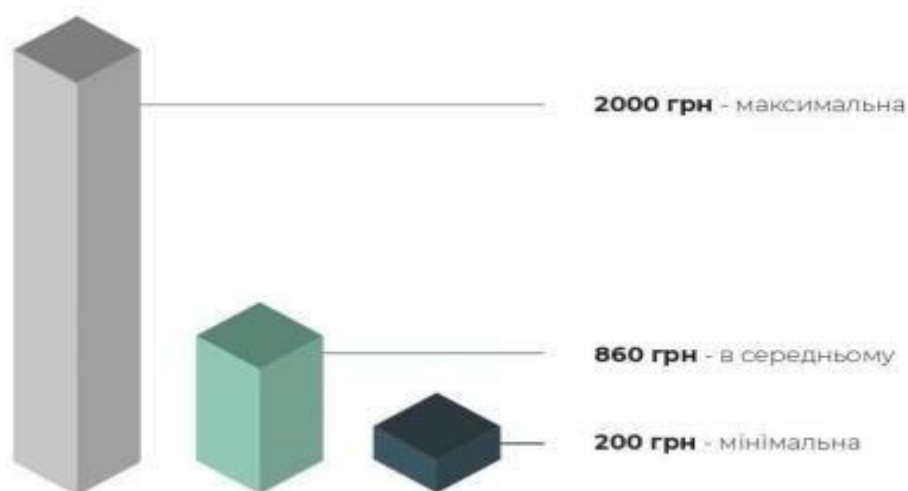


можна пояснити військовими діями у східній частині країни, що відлякувало іноземних туристів.



**Рис.3.3.** Динаміка туристичних потоків Закарпатської області за 2010–2020 рр.  
Джерело: побудовано автором на основі [17, с. 615].

Натомість у 2019 році спостерігалось зростання виїзного туризму, причому значно збільшилася кількість українців, які виїжджають за кордон. Економічні проблеми та дефіцит добре оплачуваних робочих місць в Україні сприяють цій тенденції виїзного туризму, оскільки люди шукають можливості працевлаштування деінде. Що стосується внутрішнього ринку, то кількість внутрішніх туристів зменшується з 2009 року, хоча 2011 рік став найвищим показником з 39 254 внутрішніми туристами. Проте за останні роки найбільша кількість внутрішніх туристів була зафіксована у 2019 році. Отже, можна зробити висновок, що за останнє десятиліття як в'їзний, так і внутрішній туризм у Закарпатській області зазнав значного спаду. Більшість відвідувань регіону припадає на екотуризм, який через природні особливості Закарпаття є першочерговим напрямком, тоді як кавовий, винний та сирний туризм становить 10% частки туризму, а історико-культурний туризм – по 5% [17, с. 615].



**Рис.3.4.** Середній чек туриста, дослідження департаменту економічного розвитку і торгівлі, 2019 рік  
*Джерело:* побудовано автором на основі [36, с. 79,87].

Таким чином, дана інформація підтверджує, що більшість відвідувачів регіону – це внутрішні туристи, які, як правило, мають «бюджетну» структуру витрат на основі середньої структури чеків. За обсягом проданих туристичних путівок Закарпаття у 2019 році посідає 17 місце серед регіонів України, а за доходами від надання туристичних послуг – 12 місце. Громадяни України всередині країни здійснили близько 7968 поїздок [36, с. 79,87]. Внутрішній туризм у Закарпатській області переважно складається з відвідувачів із сусіднього Львова, значну частку складають туристи з таких міст, як Київ, Одеса, Харків та центральної України, зокрема Дніпра. Проте істотного зв'язку з окремими центральними регіонами немає. Що стосується іноземних туристів, офіційна статистика виділяє відвідувачів з Угорщини, Румунії та Словаччини, але до п'ятірки найбільших національностей входять білоруси, за ними йдуть німці і, що цікаво, балканські країни [36, с. 79,87].

Відпочинок та відпочинок залишаються найпопулярнішими цілями туристично-екскурсійних поїздок, з якими у 2019 році вирушили 28 044 особи. Що стосується виїзного туризму з України, то найпоширенішими напрямками для внутрішніх туристів є Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Греція, Болгарія, Іспанія, Італія, Кіпр, Чорногорія, Угорщина та Чехія. По Закарпатській області у 2019

році сплачено туристичного збору до місцевих бюджетів у сумі 8560,1 тис. грн., що у 2,3 рази більше порівняно з попереднім роком. Зокрема, найбільші суми туристичного збору нараховано до бюджетів Полянської об'єднаної територіальної громади (Свалявський район), міста Ужгорода, Берегівського району, Міжгірського району, Ужгородського району, міста Мукачево, Хустського району, міста Берегове, Воловецького району, Перечинського району, Виноградівського району та Рахівського району [36, с. 79,87].

Підсумовуючи, перспективи розвитку туризму в Закарпатській області є одними з найкращих в Україні. Добре розвинена туристична інфраструктура та вигідне географічне розташування регіону підвищують його привабливість для туристів.

### **Висновок до Розділу 3**

Розробка інноваційних стратегій стимулювання попиту є актуальним завданням для Закарпатської області. Нижче наведено потенційні напрямки для таких стратегій:

- розвиток інфраструктури електромобілів щоб підвищити попит на електромобілі, важливо інвестувати в зарядні станції та впроваджувати програми, що пропонують переваги власникам електромобілів;

- прогрес у технологіях відновлюваної енергії розвиток відновлюваних джерел енергії, як-от сонця, вітру та гідроенергії, може стимулювати попит у промисловості та домогосподарствах. Це потребує впровадження нових технологій відновлюваної енергетики та залучення інвестицій для будівництва інфраструктури;

- впровадження технологій розумного міста впровадження технологій розумного міста може збільшити попит на інноваційні рішення в різних галузях промисловості та повсякденному житті. Інвестиції слід вкладати в розробку та впровадження технологій розумного міста;

– впровадження технологій Інтернету речей (IoT) сприяння використанню технологій Інтернету речей у промисловості та повсякденному житті може стимулювати попит. Інвестиції потрібні для розвитку технологій IoT та сприяння їхньому впровадженню;

– створення інноваційних промислових кластерів Створення промислових кластерів стимулює попит на нові технології та продукти в цих кластерах. Необхідно залучати інвестиції для розвитку промислових кластерів та створення сприятливих умов для інноваційних підприємств.

Заохочення розвитку туризму розвиток туризму може стимулювати попит на нові технології та послуги в туристичному секторі. Інвестиції в туристичну інфраструктуру та організацію туристичних заходів можуть допомогти стимулювати цей попит.

Розвиток високотехнологічного сільського господарства просування високотехнологічного сільського господарства може створити попит на інноваційні технології та продукти в цьому секторі. Необхідно залучати інвестиції для розвитку високотехнологічного сільського господарства та організації навчальних та інформаційних заходів для фермерів та інших зацікавлених сторін.

Однак, розробка інноваційних стратегій для стимулювання попиту може мати значні економічні та соціальні наслідки для Закарпатської області. Успішна реалізація потребує активного залучення інвестицій, підтримки інноваційних підприємств та сприяння співпраці між різними секторами економіки.

Насамперед, важливим аспектом є підтримка розвитку малого та середнього бізнесу. Створення спеціальних програм і фінансових інструментів для допомоги цим підприємствам може збільшити попит на їхні інноваційні продукти та послуги.

Залучення молоді до процесу також має вирішальне значення. Необхідно запровадити спеціальні програми підтримки стартапів, інноваційних проектів, кластерів, сприяючи співпраці між науковими інституціями та приватним сектором.

Для забезпечення успішної реалізації життєво необхідним є підвищення інноваційно-технологічного освітнього рівня населення. Цього можна досягти за допомогою спеціалізованих курсів, навчальних програм з інноваційних технологій та співпраці між навчальними закладами та приватним сектором для спільних проектів і досліджень.

Підсумовуючи, розробка інноваційних стратегій стимулювання попиту відіграє вирішальну роль в економічному зростанні Закарпатської області та підвищує її конкурентоспроможність на міжнародному ринку

## ВИСНОВКИ

У даній випускній кваліфікаційній роботі було проведено дослідження інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму. Метою цього дослідження було визначити та проаналізувати різні підходи, які можуть бути використані для залучення туристів та підвищення попиту на послуги туристичної галузі, сприяючи її сталому зростанню. Засновуючись на обширному огляді літератури та аналізі тематичних досліджень, були отримані наступні ключові висновки.

У першу чергу, було виявлено, що технологічний прогрес відіграє вирішальну роль у стимулюванні попиту в туристичному секторі. Розвиток цифрових платформ, соціальних медіа та мобільних додатків кардинально змінив спосіб взаємодії туристів із напрямками та прийняття рішень, пов'язаних із подорожами. Використання цих технологій та ефективне їх використання дозволяє маркетологам залучити широку аудиторію, персоналізувати пропозиції та створити захоплюючий досвід, який привертає увагу та цікавить потенційних мандрівників.

По-друге, проаналізувавши систему інноваційних стратегій стимулювання попиту в сфері туризму в Закарпатській області визначили, що неможливо переоцінити важливість практики сталого туризму. Сьогодні мандрівники все більше усвідомлюють екологічні, соціальні та культурні наслідки своїх подорожей. Таким чином, впровадження сталих ініціатив і сприяння відповідальному туризму може не тільки підвищити репутацію місця призначення, але й залучити екологічно та соціально свідомих мандрівників. Застосовуючи екологічно чисті практики, підтримуючи місцеві громади та зберігаючи культурну спадщину, напрямки можуть виділитися та створити конкурентну перевагу на ринку.

Однак, співпраця та партнерство між зацікавленими сторонами в індустрії туризму є життєво важливими для стимулювання попиту. Працюючи разом, ради з питань туризму, туристичні агенції, готелі, туроператори та місцеві громади

можуть розробляти інтегровані маркетингові кампанії, розробляти інноваційні пакети та пропонувати бездоганний досвід, який задовольняє різноманітні потреби та вподобання мандрівників. Спільні зусилля також можуть допомогти у створенні брендингу місця призначення, покращенні видимості місця призначення та використанні ресурсів для виходу на нові ринки.

Рекомендації щодо удосконалення системи інноваційних стратегій стимулювання попиту являють собою насамперед, мандрівники які все більше шукають унікальних, захоплюючих і трансформуючих вражень, які виходять за рамки традиційного огляду визначних пам'яток. Розвиваючи та просуваючи пропозиції для досвіду, такі як пригодницький туризм, кулінарні тури, програми занурення в культуру та оздоровчі відпочинки, напрямки можуть захопити увагу туристів і створити довговічні спогади.

Однак важливо визнати, що кожне місце призначення є унікальним, і індивідуальний підхід, заснований на дослідженні ринку, розумінні цільової аудиторії та залученні зацікавлених сторін, є важливим для успішної реалізації цих стратегій.

У результаті отриманих даних можна зробити висновок, що туризм продовжує розвиватися, майбутні дослідження можуть досліджувати нові тенденції, такі як віртуальна реальність, штучний інтелект і практики управління стійкими напрямками, щоб ще більше посилити зусилля зі стимулювання попиту.

Залишаючись на передньому краї інновацій та адаптуючись до мінливих потреб і вподобань мандрівників, напрямки можуть позиціонувати себе як бажані та конкурентоспроможні гарячі точки туризму на світовому ринку. Зрештою, успішне впровадження інноваційних стратегій не тільки збільшить доходи від туризму, але й сприятиме соціально-економічному розвитку напрямків і покращить загальну якість туристичного досвіду.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алфіорова Є. А, Лісовська М.І. Інноваційна діяльність. К: 2016, 300с.
2. Баєв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. К.: ДП Персонал, 2016. 156 с.
3. Батракова Т. І., Калюжна Ю. В. Банківські операції : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ 2017. 130 с.
4. Баглей Д. В., Мотузенко О. О. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2014. № 10. С. 3,15.
5. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія .К.: ВПЦ “Київський університет”, 2013. 395 с.
6. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія Л.: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
7. Божук Т. І, Прокопчук Л. А. Туристична індустрія : сучасний стан і перспективи розвитку : VI міжнар. наук.-практ. конф., 28 квітня 2011 р. Луганськ, 2011, Том 2, № 6, С. 171.
8. Богдан Н.М, Рябєв А.А. Інфраструктура ринку, 2019. Вип.30. С.263-272.
9. Вплив туризму на життя суспільства, 2019. URL: <http://www.zakinfo.ua> (дата звернення: 16.04.2023)
10. Гоблик В. В. Формування транскордонних туристичних кластерів як пріоритетний напрям розвитку прикордонних регіоні. 2015. № 3. С. 117,123.
11. Гук Н. А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму в Україні : дис. канд. екон. наук : 08.00.02. Київ, 2007. 228 с.
12. Гурова Д. Д., Фролов М. О., Журавльова С. М., Кукліна Т. С. Рекреаційна географія: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Запоріжжя: ТОВ ЛПІС ЛТД, 2010. 92 с.



13. Головне управління статистики у Закарпатській області. URL: [http://www.uz.ukrstat.gov.ua,statinfoturism,tur\\_potoki.pdf](http://www.uz.ukrstat.gov.ua,statinfoturism,tur_potoki.pdf) (дата звернення: 02.04.2023)
14. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», узгоджений з Європейським ISO,FDIS 18513:2003 «Готелі та інші типи розміщення туристів. Термінологія». Вид. офіц. Київ, 2006. 10 с. (Інформація та документація).
15. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги». Вид. офіц. Київ, 2003. 14 с. (Інформація та документація).
16. Державний комітет статистики України. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.04.2023)
17. Енциклопедичний словник-довідник з туризму Автори-укладачі: В. А.Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. Передмова В. М. Литвина. К. : Видавничий Дім «Слово», 2006. 372 с.
18. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія С.М. Ілляшенко Суми: Університетська книга, 2008.615 с
19. Жежуха В.Й. Стимулювання інноваційної діяльності: європейський досвід. URL: [http://vlp.com.ua/files32\\_8.pdf](http://vlp.com.ua/files32_8.pdf) (дата звернення: 13.03.2023)
20. Закон України «Про туризм» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2015, N 31, ст.241 )
21. Закон України «Про туризм» : за станом на 6 жовт. 2011 р. : офіц. вид. Верховна Рада України. Київ : Парлам. Вид-во, 2011. 32 с.
22. Іванов С. В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл., 2012. 472 с.
23. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к96-ВР Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст.141.
24. Країнознавчий словник-довідник І. А. Дубович. 5-те вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2008. 839 с.

25. Панченко Т. Розбудова туристичної та курортно-рекреаційної інфраструктури - пріоритетний напрям регіонального розвитку України.
26. Надтока О.Ф., Топузов О.М. Географія. Підручник О.Надтока, О.Топузов. К.: Оріон, 2017. 208 с.
27. Панкова Є.В. Туристичне краєознавство : Навч. посіб. Є.В. Панкова. К.: «Альтерпрес», 2003. 352 с.
28. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія. ІРД НАН України. Львів, 2017. 259 с.
29. Моргулець О. Б. Динаміка розвитку сфери послуг України. О. Б. Моргулець. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. № 11. С. 194–197.
30. Моргулець О.Б. Діалектичний зв'язок сервісології та сервіс-менеджменту. Економічний вісник Донбасу, 2011. №3(25). 188-192.
31. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
32. Моргулець О.Б., Нищенко О.В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023. №8. С.88-96.
33. Пандемія COVID-19 та її наслідки в сфері туризму в Україні. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-ReportUKR.pdf>(дата звернення: 16.001.2023).
34. Сільський зелений туризм для підвищення кваліфікації фахівців сфери сільського зеленого туризму. Навч. посіб. Ніжин: Видавець Лисенко М.М. 2016. 642 с.
35. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія К.: КНТЕУ, 2010. 596 с.
36. Ставська Ю.В. Інфраструктурні чинники розвитку індустрії гостинності у сфері екологічного туризму на Закарпатті Ю.В Ставська Причорноморські наукові студії. 2021. Вип. 61. С. 79,87.
37. Федченко Л. А. Інновації в туризмі. К.:2018 220 с.

38. Цікаве Закарпаття. URL: <http://www.kolyba.org.ua/>
39. Щербань В.М., Козубенко Л.Д. Товарна Інноваційна політика: Навчальний посібник. К.:Кондор, 2006. 400 с.
40. Abernathy W.J. Innovation: Mapping the winds of creative destruction W.J. Abernathy, K.B. Clark Research Policy. 2002. Vol.14.
41. Bass Frank M. Diffusion Model estimation using adaptive nonlinear least squares F. Bass: Multiple Generation Algorithm NL2SOL, Working Paper, Bass Economics. Glenmoor Court, Frisco, Texas, 2004. 214 p.
42. Danylyshyn Bohdan, Kovalova Olena, Oleshko Anna, Morhulets Oksana, etc. The Conceptual Framework for Creating an Industrial Smart and Tourism Favoured Cluster for Sustainable Development of the Ukrainian Region Bohdan *Economic Affairs*, 2022. Vol. 67, No. 04, pp. 661-671.
43. Morhulets O., Verhun A., Bondarchuk J. Creative industries development as basis for economic development of Ukraine / International Conference on economics, accounting and finance, 2021. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19063/1/20211209\\_301.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19063/1/20211209_301.pdf)
44. Hall M. Wine Tourism Around the World Michael C. Hall, Liz Sharples Camboune Brock, Macionis Nik. Winepress Ltd., 2011. 312 p.
45. Olaru O. Wine Tourism – An Opportunity For The Development Of Wine Industry Olaru: URL: [http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari2012\\_2/Anale\\_FSE\\_2012\\_2\\_024.pdf](http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari2012_2/Anale_FSE_2012_2_024.pdf) (дата звернення: 09.02.2023)
46. Peeples Niche Trend in the Tourism Market: Wine Tourism in Italy S. Peeples URL: [https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peeples\\_Sarah\\_WineTourismItaly.pdf?sequence=7](https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peeples_Sarah_WineTourismItaly.pdf?sequence=7) (дата звернення: 08.02.2023)
47. Shevchuk S. M., Dobrianska V. V., Myskovets N. P., Kokhan M. O., Shepel T. V. Marketing Aspects of Image Formation and Investment Attractiveness of Territories and Enterprises. International Journal of Economics & Business Administration. 2020. Volume VIII. Issue 2, Режим доступу : URL: <https://ijeba.com/journal/455> (дата звернення: 03.06.2023)
48. Verhun A., Morhulets O., Nikonenko T. & etc. Digitization of education as a key characteristic of modernity *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol.21, №10. Pp.191-195.

49. Wine Business Online URL: <http://www.winebusiness.com>(дата звернення: 22.03.2023)

50. World Tourism Organization URL: <https://www.wto.org>(дата звернення: 11.04.2023)

51. Innovation in tourism: New products and new strategies. Asia Tourism Conference. 17 20.10.2002. Quilin (China). URL: <http://www.afest.org/spip.php?article68> (дата звернення: 01.01.2023)

## ДОДАТКИ

### ДОДАТОК А

#### Гірська система Карпат



ДОДАТОК Б

Сільські зелені садиби за районами Закарпатської області

