

УДК 339.138:338.48

Т. Ю. Чаркіна,

д. е. н., доцент, завідувач кафедри економіки та менеджменту,

Український державний університет науки і технологій

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6202-0910>**В. М. Зайцева,**

к. пед. н., професор, директор інституту Управління та права, завідувач кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, НУ "Запорізька політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3590-1573>**О. В. Пікуліна,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та психології,

Український державний університет науки і технологій

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4803-427X>**Н. С. Чернова,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту,

Український державний університет науки і технологій

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8461-498X>**Т. В. Полішко,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту,

Український державний університет науки і технологій

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5773-4927>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.16.39

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Т. Charkina,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management, Ukrainian State University of Science and Technology

V. Zaitseva,

PhD in Pedagogical Sciences, Professor, Director of the Institute of Management and Law,

Head of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business, National University "Zaporizhzhya Polytechnic"

O. Pikulina,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance,

Accounting and Psychology, Ukrainian State University of Science and Technology

N. Chernova,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Management,

Ukrainian State University of Science and Technologies

T. Polishko,

PhD in Economics, Associate Professor, of the Department of Economics and Management,

Ukrainian State University of Science and Technology

MARKETING RESEARCH OF INNOVATIVE DIRECTIONS OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

Туристичний бізнес є найбільш розвиненим та прибутковим у багатьох країнах світу, а подекуди й головним джерелом доходів як місцевих, так і державного бюджетів. Поточний стан та перспективи розвитку даного сектору економіки відіграють одну з найголовніших ролей у конкурентоспроможності країн туристичної спрямованості.

Саме тому, на тлі пандемії та військових дій, туристичний бізнес має брати напрям та ґрунтуватися саме на інноваційному підході під час планування своєї діяльності та створення туристичних продуктів.

Для цього першочерговим завданням має стати відновлення туристичних регіонів, що були зруйновані найменше під час військових дій. Це сприятиме, окрім цільового туризму, ще й військовому, оскільки багато гостей нашої країни, відпочиваючи у комфортних умовах, виявлятимуть бажання і зможуть відвідати місця, де відбувалися бойові дії й побачити їх наслідки.

Крім цього, необхідно приділити пильну увагу новим стратегіям та напрямам антикризового менеджменту туристичної індустрії з урахуванням актуальних реалій.

Безперечно потрібно робити акцент на цифрових технологіях, що дозволять вирішити майже будь-яку задачу: від замовлення послуг і товарів до віртуальних подорожей та вирішення виробничих завдань підприємства.

Однак, серед безлічі існуючих технологій та гонить за ефективністю прийняття управлінських рішень, на першому місці завжди має бути клієнт зі своїми мріями, бажаннями, можливостями та індивідуальними потребами.

Якщо дотримуватись такого багатофакторного підходу, то сфера туристичних послуг зможе не тільки налагодити власну діяльність та прибутки, а й зробити значний внесок у фінансову підтримку держави.

Tourism business is the most developed and profitable in many countries of the world, and in some places it is the main source of income for both local and state budgets. The current state and development prospects of this sector of the economy play one of the most important roles in the competitiveness of tourism-oriented countries.

In Ukraine, the tourism business, after feeling the impact of the coronavirus pandemic and long quarantine measures, lost a lot of tourism companies that worked in the tourism market. The country's budget has not received a lot of money over the years. But only after a little recovery from covid and starting again, the war with Russia destroyed all plans to restore the tourist business.

That is why, against the background of the pandemic and military operations, the tourism business must take a direction and be based on an innovative approach when planning its activities and creating tourism products.

Ukraine should take care of its own tourism reputation now. For this, the primary task should be the restoration of tourist regions that were destroyed the least during military operations. This will contribute, in addition to targeted tourism, to military tourism, as many guests of our country, resting in comfortable conditions, will show the desire and will be able to visit the places where hostilities took place and see their consequences.

In addition, it is necessary to pay close attention to new strategies and directions of anti-crisis management of the tourism industry, taking into account current realities.

It is definitely necessary to focus on digital technologies that will allow solving almost any problem: from ordering services and goods to virtual travel and solving the company's production tasks.

However, among the multitude of existing technologies and the pursuit of the effectiveness of management decision-making, the first place should always be the client with his dreams, desires, opportunities and individual needs.

If such a multifactorial approach is followed, then the field of tourist services will be able not only to establish its own activities and profits, but also to make a significant contribution to the financial support of the state.

Ключові слова: туристичний бізнес, інноваційні напрями розвитку туризму, клієнтоорієнтований підхід, військовий туризм, цифрові платформи, сільський зелений туризм.

Key words: tourism business, innovative directions of tourism development, customer-oriented approach, military tourism, digital platforms, rural green tourism.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Туристичний бізнес, галузь що у багатьох країнах світу швидко набирає оборотів та приносить своїм державам великі внески у їх бюджет, при цьому навіть після пандемії ця галузь швидко розвивається та набирає оборотів, пропонуючи все нові форми туризму та нові види послуг.

В Україні туристичний бізнес, після того як відчув на собі вплив пандемії коронавірусу та довгих карантинних заходів, втратив біля 25% туристичних компаній, які працювали на туристичному ринку. Бюджет країни недоотримав великі кошти за ці роки. Але тільки трохи оговтавшись від ковіду та почавши знову свою діяльність, як війна з росією зруйнувала всі плани по відновленню туристичного бізнесу. Тому на даний час туристичний бізнес повинен роз-

вивати галузь за рахунок інноваційних напрямів, які принесуть додатковий дохід компаніям та державі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Темою інновацій в туризмі займалося багато науковців, серед яких: І.В. Власенко, В.В. Джинджоян., Т.В. Тесленко, К.М. Горб, Г.М. Гребенюк, В.О. Задоя, Л.В. Марценюк, Н. М. Малярчук, І.Т. Скрипченко, Чирва О. Г., С.М. Цвілий та інші. Усі вони призначали, що інноваційна діяльність це дуже важливий напрям розвитку туристичного бізнесу, який допоможе вивести галузь України на інший якісний рівень та привабити більше туристів нашої країни та всього світу. Але все змінюється, тому постійно будуть затребувані все нові напрями,

форми та види туризму, які з'являються на сьогоднішньому ринку туристичних послуг, тому ця тема дуже актуальна та потребує подальших досліджень.

МЕТА І ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Метою статті є визначення інноваційних напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні, які допоможуть розвивати внутрішній туризм в сучасних умовах та дадуть отримати додаткові надходження туристичним компаніям і у бюджет країни.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Державне агентство розвитку туризму України констатує, що у 2022 році сума туристичного збору в Україні зменшилась на 24%. За воєнний 2022 рік сума туристичного збору склала 178 млн 948 тис. грн, що менше на 24% в порівнянні з 2021 роком, коли сума туристичного збору була 235 млн 461 тис. грн (Рис. 1).

Скорочення туристичного збору відбулося в 14 регіонах України. Практично всі області, що перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. В Херсонщині, ця сума скоротилася на 95%, на Миколаївщині — на 90%, на Донеччині — на 83%, на Луганщині — на 80%.

Значний спад відбувся в Одеській (80%), Запорізькій (78%), Харківській (61%), Сумській (58%), м. Київ (54%), Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях. Спад на 15% зафіксований у Дніпропетровській та Рівненській областях [1].

Якщо казати про Західні регіони, де зараз знаходиться велика кількість українців з окупованих та прифронтових територій, там відбулося збільшення туристичного збору. У 2022 році стала лідером Львівщина — 41 млн 430 тис. грн, продемонструвавши приріст у 79% в порівнянні з 2021 роком.

Столиця, поповнила свій бюджет на 31 млн 474 тис. грн. Однак в порівнянні з 2021 роком ця сума менша більш ніж удвічі.

Збільшили туристичний збір: Закарпаття — 19 млн 471 тис. грн Івано-Франківщина — 17 млн 956 тис. грн та Черкащина — 12 млн 555 тис. грн [1].

Як ж картина, щодо роботи туризму, відбувається зараз з українськими компаніями та що роблять українські туристи, куди направлені їх погляди.

Якщо до в'їзного туризму, то на жаль сьогодні в Україні його практично немає. Є дуже

маленький відсоток людей, що відвідають наші курорти з метою лікування, які розташовані у відносно безпечних західних регіонах країни. Зараз внутрішній туризм відновив свою роботу десь приблизно на 50% в порівнянні з 2021 роком. Щодо виїзного туризму, то тут діяльність туроператорів набагато гірше, лише на рівні 15% в порівнянні з минулим 2022 роком [2].

Зрозуміло, що зараз не слушний час для поїздки до України виключно з туристичною метою, це дуже небезпечно, зруйновано багато міст, великі людські втрати, продовжуються безперевні військові події. Взагалі зараз, коли йде війна, туристичні розваги в країні неприпустимі.

Окрім того всі прямі авіаційні рейси між країнами зараз не працюють, а запуск авіасполучення між Україною та світом, ця логістика — надважлива. Наші українці, на даний час, можуть дістатися до Європи декількома видами транспорту — потягом, автобусом, автомобілем [2]. Але тривалість такої подорожі буде від 16 до 36 годин, в залежності від міста куди прямує людина. Все це дуже обтяжує любі подорожі та втрата часу на подолання маршруту значна.

В мирні часи такі міста, як Київ, Одеса, Львів, Херсон, які завжди були популярні серед наших та іноземних туристів до війни такими і залишаться після неї, але у кожного міста буде тільки своя історія та біль. Вони не тільки не втратять популярності, а будуть ще більш цікавими завдяки тому, що вистояли та перемогли. А нові міста, що стануть відомими, завдяки своїм героям з народу та незламності мешканцям, ввійдуть в нашу історію назавжди!

Саме тому Україна має подбати про власну туристичну репутацію вже зараз. Відновлення туристичної галузі слід розпочати з регіонів, які найменше постраждали від війни. Це дозволить сформувати першочергову основу для прийому туристів. Інвестиційні потоки мають рухатися від Заходу на Південь і на Схід: від Львова до Одеси та Києва, а далі — в інші регіони після відновлення усєї необхідної інфраструктури та розмінування територій [3].

В Україні є потенціал для розвитку галузі, лишається різноманіття рекреаційних ресурсів, якими країна володіє вдосталь, і відповідних туристичних послуг. Так, нам ще доведеться вдосконалювати вцілілу туристичну інфраструктуру, звісно ж, відбудовувати зруйноване, побудувати нове, але за цим діло не стане.

Вже більше року йде війна, яка почалась одразу після пандемії, були ті, які не могли відпочивати через різні причини. Але бажан-



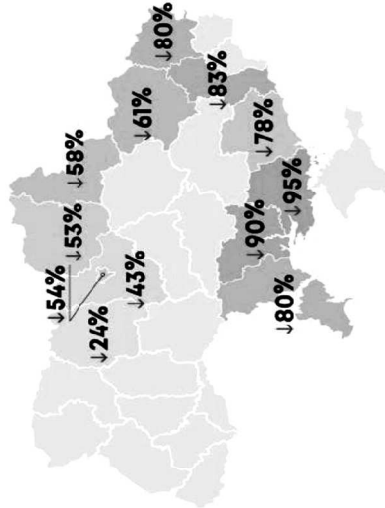
ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЗА 2022 РІК



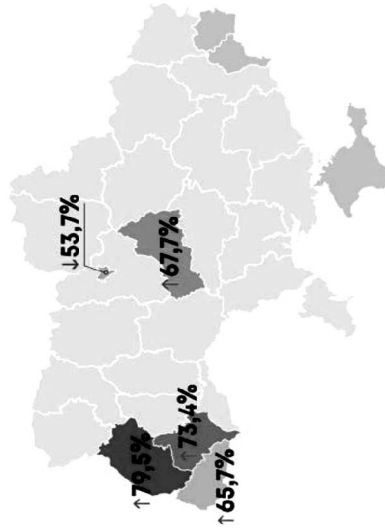
ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР



СПАД ЗАФІКСОВАНО*, %



НАЙБІЛЬШЕ ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ СПЛАТИЛИ*



Туристичний збір, грн

Херсонська	314 тис	Житомирська	1 млн 709 тис
Луганська	418 тис	Закарпатська	1 млн 971 тис
Сумська	586 тис	Харківська	3 млн 767 тис
Донецька	686 тис	Одеська	5 млн 372 тис
Миколаївська	789 тис	Київська	8 млн 727 тис
Чернігівська	1 млн 061 тис	м. Київ	31 млн 474 тис

Найбільше туристичного збору сплатили, грн

Львівська	41 млн 430 тис
м. Київ	31 млн 474 тис
Закарпатська	19 млн 471 тис
Івано-Франківська	17 млн 956 тис
Черкаська	12 млн 555 тис

* Динаміка в порівнянні з відповідним періодом 2021 року

Рис. 1. Податки від туристичної діяльності в Україні за період 2022 року

Джерело [1].

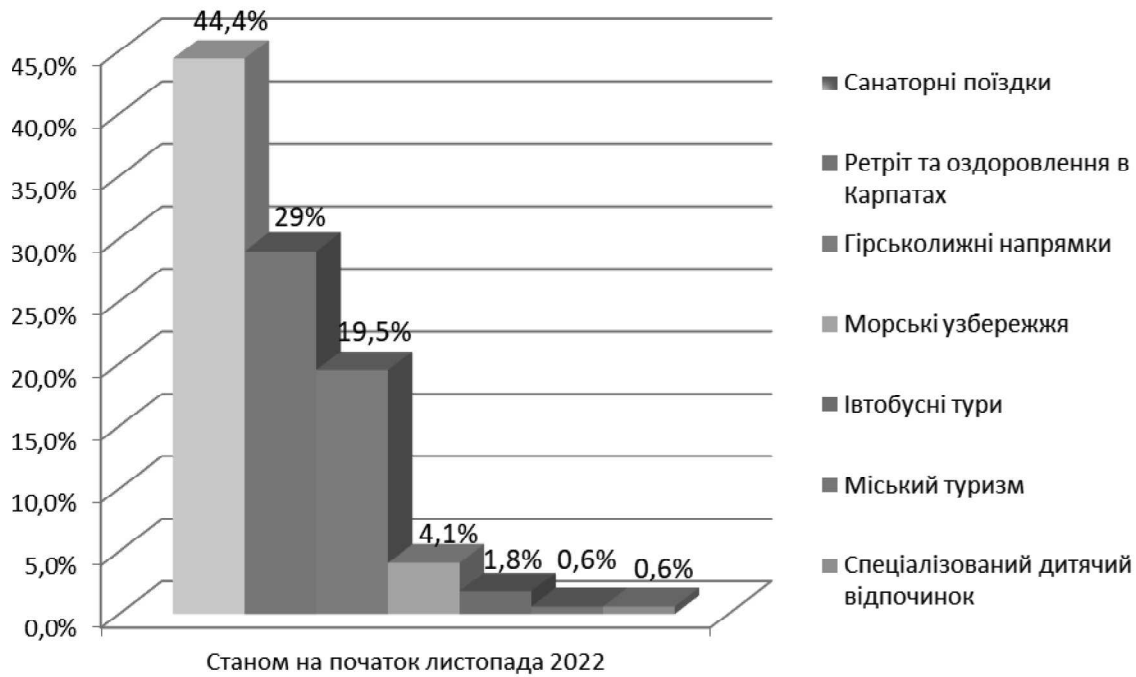


Рис. 2. Напрями внутрішнього туризму популярні у 2022 році

ня відпочивати та подорожувати нікуди не зникає, просто змінюється формат відпочинку у залежності від наших вподобань та можливостей.

У жовтні 2022 року тури Україною збільшили майже вдвічі більше людей, аніж за аналогічний період попереднього року, нагальна потреба відпочити залишаються. Жінки з дітьми продовжують їздити за кордон, у середині країни також відпочивають все більше громадян — Україна знову повернулася до ТОП-10 найпопулярніших напрямів. На зимові місяці практично в двічі зросла кількість відпочиваючих відносно 2021 року (Рис. 2).

За даними компанії Join UP, більше всього людей направляються на відпочинок в санаторії, це — 44,4% замовлень. Далі йдуть поїздки в Карпати — 29% заради оздоровлення. Треті за популярністю — гірськолижні курорти, на них припало — 19,5%, в зимовий період. Ще українці купують тури до санаторіїв на морському узбережжі, автобусні подорожі країною, деякі обирають міський туризм і спеціалізований дитячий відпочинок [4].

Проте потрібно більше звертати увагу на сучасні тенденції, які постійно змінюються через трансформаційні зміни в навколишньому середовищі. Українські туристичні компанії починають адаптуватися до реалій, в яких знаходиться країна. Потрібно запровадити нові стратегії та напрями антикризового менеджменту туристичної індустрії, враховуючи дану ситуацію. Починати далі розвивати внутрішній ту-

ризм та пропонувати нові форми туристичної діяльності, що будуть потрібні для відновлення галузі після перемоги.

Наприклад, такими антикризовими заходами можуть бути інноваційні напрями туристичного бізнесу. Інноваційна стратегія — це узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки. Інновації впливають на потенціал розвитку підприємства в довгостроковій перспективі [5].

В туристичному бізнесі, інноваційна діяльність спрямована на створення нової продукції, надання нових видів послуг, надання послуг з урахуванням індивідуального підходу до кожного клієнта.

Що стосується цих напрямів, які потрібно розвивати вже зараз, перше — все те, що стосується цифровізації галузі, це цифрові платформи, які все більше у світі набирають значимість. Особливо після трьох років постійних обмежень, спочатку пандемія, зараз військові події, люди набагато більше стали використовувати цифрові технології, мобільні додатки. Якщо потрібна будь-яка інформація, її можна отримати не виходячи з дому, замовити потрібну послугу, товар, отримати необхідну інформацію.

Різні цифрові технології та системи, які запроваджені на їх основі, вже увійшли та змінили наше життя, вони чинять різний вплив на всі традиційні галузі та зумовлюють зміни в еко-

системах цих галузей, трансформуючи традиційні методи управління економічними системами.

Наприклад, зміни на рівні підприємства: штучний інтелект застосовують як в управлінні підприємством в цілому, так і безпосередньо виробничими процесами, зараз управління підприємством, це не просто ефективне використання ресурсів та виробництво якісної продукції або надання послуг, це збір та використання інформації про споживачів за допомогою різних технологічних засобів і забезпечення споживачів відповідними продуктами та послугами, задовольняючи їх потреби [6, с. 15].

На підприємствах туристичного бізнесу з'явилися оцифрований досвід відвідувачів та безконтактні технології, так, готелі можна перевести на роботу без ресепшена, модернізувавши їх та обладнавши кодовими замками. Вони відкриваються і закриваються віддалено за допомогою Wi-Fi або кодів, які система відправляє гостям після оплати номера. Це дозволить заощадити кошти на утримання персоналу, а при карантинних заходах, ми уникнемо ризику зараження споживачів. Поява в туристичному бізнесі технологій штучного інтелекту і чат-боти, дуже допоможе в роботі підприємств, зробить їх ще більш конкурентоспроможними. Технології штучного інтелекту також використовуються для автоматичного аналізу даних і надання більш персоналізованих пропозицій гостям у залежності від їх вподобань та смаків [7, с. 59].

Цифрові платформи — це те, що може зробити більш швидким вибір споживачами послуг, покращити управління бізнес-процесами в туристичній діяльності, чітко робити аналіз даних про надання послуг, про можливості та вподобання клієнтів, краще зробити роботу з партнерами.

Важливою якістю платформ є те, що вони еволюціонують в екосистемі, а компоненти системи постійно пристосовуються до невинних змін. Платформи відрізняються від інших програмних продуктів тим, що їх дизайн орієнтований на принципово більш широкий спектр послуг. Платформи зростають синхронно з потребами їх користувачів (і кількісно, і якісно). При цьому їх компоненти залишаються повністю сумісними — стосовно горизонтальних та вертикальних зв'язків.

Як результат впровадження платформи, керівник компанії, який контролює той чи інший процес, будь-яку окрему ситуацію, має отримувати оброблені дані, максимально зручні та швидкі для сприйняття, аналізу і ух-

валення рішення, а для керівника, вірне ухвалення рішення — це запорука успішної роботи компанії та збільшення її прибутків

В сучасному світі, коли існує велика конкуренція на ринку туристичних послуг, клієнтоорієнтований підхід знаходиться в центрі всіх напрямів діяльності, індивідуальний підхід до надання послуг, це головне для клієнта. Дуже важливо розуміти: чому на даний час потрібен той чи інший товар або послуга. Не має сенсу запроваджувати те, на що не має попиту сучасного ринку, або те що втратило час свого існування [8, с. 111].

Клієнтоорієнтованість — це критерій, який своєчасно допоможе визначити необхідні потреби споживачів послуги, врахувати їх вподобання та смаки. Створити новий індивідуальний підхід до послуги, врахувати всі побажання, зрозуміти потреби кожного, запропонувавши те, що прийде до смаку. Тоді туристична компанія отримає додатковий дохід, за рахунок розуміння та максимального задоволення потреб споживача, за що клієнт завжди готовий платити. Якщо ваша компанія буде дуже уважною до своїх клієнтів, дорожити кожним, берегти репутацією свою репутацію та підвищувати свою конкурентоспроможність, за рахунок введення нових конкурентних переваг, то вона зможе привабити більшу кількість своїх споживачів та отримати більший дохід.

Останнім часом все дуже змінилось, за останні три роки, проведених в постійних карантинних обмеженнях, та у стані війни, люди почали більше цінувати можливість відпочинку та добре проведений час. Особливо, в умовах екологічних катастроф та шкідливих подій для навколишнього середовища, все частіше зелений напрям туризму цікавить більше людей. Навіть, коли не має можливості потрапити на розкішний курорт десь на острів в океані, туристи хочуть провести час там, де чисте повітря, море, ліс або річка, хоча це може бути навіть в Україні. Останнім часом все частіше містом відпочинку стають замиській формат готелів та сільські садиби.

Сільська гостинна садиба може бути центром рекреації, відновлення фізичних та душевних сил та сприяти розвитку сільського зеленого туризму. Така садиба може пропонувати різноманітні послуги для відпочинку та рекреації такі як проживання, харчування, екскурсії, спортивні та культурні заходи.

Це може привертати увагу туристів до сільських громад, що сприяє розвитку сільсько-го зеленого туризму. Крім того, гостинні сади-



Рис. 3. Інноваційні напрями туристичного бізнесу

Джерело: розробка Чаркіна Т.Ю.

би можуть сприяти збереженню та популяризації місцевої культури та традицій, можуть пропонувати унікальний та автентичний досвід відпочинку в сільській місцевості.

Якщо туристи шукають нових вражень та бажають відпочити від міської метушні, скуштувати національну кухню, напої, самому долучитись до приготування страв, побути наодинці з природою, їм сподобається такий відпочинок. Крім того, гостинні садиби можуть організувати екскурсії, майстер-класи та інші заходи, що дозволяють туристам познайомитися та долучитися до національних традицій, що буде сприяти збереженню та популяризації місцевої культури. Такі садиби можуть приймати наших військових на реабілітацію, для відновлення фізичного, психічного стану та гармонізації їх душевного стану.

Інноваційні форми та види в туризмі дуже швидко з'являються у останні роки, ті напрями, які затребувані часом (Рис. 3).

Поширення ще одного сучасного тренду в туризмі Workations — поєднання роботи, навчання та відпочинку, обумовлена тим, що останні три роки постійних карантинних заходів та військовими подіями, дозволяє планувати свій відпочинок лише на короткий проміжок часу. А головне далеко не у всіх взагалі є можливість реального відпочинку, дуже часто це можливість суміщення роботи та відпочинку, або навчання та відпочинку — це реальність на

теперішній час, для великої кількості людей, які по іншому навіть не хочуть планувати свій час.

Військовий туризм, який є дуже популярним напрямом у світі, тепер може стати для України новим трендом, який потрібно розвивати. В країні вже розпочато роботу над створенням "маршрутів пам'яті", це будуть місця пам'яті тобто меморіалізації російсько-української війни. Разом з тим потрібно відзначити, що поки що в Україні сприятливі умови для розвитку воєнного туризму відсутні.

На Україні актуальність військового туризму буде тому, що багато людей хоче переконались на власні очі у звірствах, які відбувалися в Маріуполі, Бучі, Бородянці, Ірпені, Харкові, Ізюмі, Бахмуті та інших містах і селах, а також з метою вшанування певних місць в Україні, таких як Дебальцево, Чорнобаївка, Зміїний острів, які є унікальними символами слави героїв нашої країни [9, с. 39].

Україна після закінчення війни повинна зосередити увагу в туристичному секторі саме на розвитку військового туризму, адже саме цей вид туризму допоможе українцям та іноземцям побачити усі жахіття, що спричинив російський агресор. Військовий туризм має на меті виховну, патріотичну функцію молодого покоління, аби молодь розуміла наскільки жорстока війна та її наслідки.

Ще одним напрямом для впровадження інновацій в туризмі є розвиток індустрії дозвілля, яка приносить великі прибутки державам.

Якщо раніше головним драйвером у туризмі була ціна, то сьогодні — зручність, надійність та сервіс. Саме вони конкурують із ціною. Технологічні рішення стають простішими для користувачів, але водночас суттєво складнішими в організації [10].

Популярність індустрії розваг, яка визначає якість та привабливість туристичних компаній, росте з різновидами послуг, які надають ці компанії. Зараз, особливо після довгих карантинних заходів туристи дуже надають перевагу екстремальним розвагам та видовищним заходам.

Сучасна людина, яка дуже який втомлюється від повсякденних справ та обов'язків хоче переключитися на інший вид діяльності, відчуває потреби в адреналіновому сплеску. Екстремальні розваги є одним із способів легального задоволення даної потреби, чим завойовує з кожним роком все більшу популярність серед туристів, одночасно, цей розвиток надає додаткові прибутки туристичним компаніям.

Це такі екстремальні види:

— гірський (альпінізм, скелелазіння, гірські лижі, спелеотуризм, сноубординг, фрірайд);

— водний (дайвінг, водні лижі, рафтинг, віндсерфінг, вейкбординг, каякінг);

— повітряний (парашутизм, парапланеризм, дельтапланеризм, бейс-джампінг, скайсерфінг, фрістайл);

Наприклад, можливий розвиток повітряних видів туризму в Україні, для нього є всі необхідні передумови, насамперед природні. Перспективними для даного виду екстремального туризму є Київ, Кам'янець-Подільський, Львів, Карпати, Асканія Нова та ін. Порівняно молодий вид парашутизму — фрістайл, який виник приблизно 10 років тому. Це дуже задовольняє туристів, це сплеск адреналіну, при задоволенні від вільного падіння, що дає змогу переключитись від даної розваги [11].

Також наприклад карнавали та фестивалі, які можуть бути приурочені усяким святкам, їх дуже люблять туристи та витрачають на участь в них великі кошти. Тому в Україні теж потрібно організувати такі видовища, які будуть розвивати культуру країни, додатково приваблять туристів та принесуть додаткові кошти державі.

ВИСНОВКИ

Для того щоб туристичний бізнес в Україні не втрачав популярності та привабливості, необхідно розвивати нові інноваційні напрями, які будуть цікавими та затребувані часом, серед цих напрямів:

— впровадження цифрових платформ, що покращить управління бізнес-процесами в туристичній діяльності та дасть можливість споживачам послуг швидше обирати кращі компанії для відпочинку;

— клієнтоорієнтований підхід до надання туристичних послуг, який є визначальним в сфері послуг на сучасному ринку;

— розвиток військового туризму в Україні допоможе українцям та іноземцям побачити усі жахіття, що спричинив російський агресор. Військовий туризм має на меті виховну, патріотичну функцію молодого покоління, аби молодь розуміла наскільки жорстока війна та її наслідки;

— розвиток сільського зеленого туризму, сільська гостинна садиба може бути центром рекреації, відновлення фізичних та душевних сил та сприяти розвитку сільського зеленого туризму. Це буде привертати увагу туристів до сільських громад, крім того, гостинні садиби можуть сприяти збереженню та популяризації місцевої культури та традицій, можуть пропонувати унікальний та автентичний досвід відпочинку в сільській місцевості.

— розвиток індустрії дозвілля та поява нових форм і видів туризму принесе ще більше популярності туристичній галузі та за допомогою державі збільшити бюджетні надходження від її діяльності

Література:

1. Туристичний збір за 2022 рік. URL: https://www.facebook.com/photo?fbid=535883082062554&set=a.236178152033050&locale=uk_UA (дата звернення: 26.03.2023).
2. Туризм в умовах війни. "Перетворювати місця живої трагедії на варіант розваги — неприпустимо". URL: <https://www.wprostukraine.eu/ua/kultura/10715638/tyrizm-v-ymovah-vijini-peretvoruvati-miscya-jivoyi-tragediyi-na-variant-rozvagi-nepriypystimo.html>
3. Вплив російсько-української війни на туристичну галузь в Україні та світі: що нас чекає в майбутньому. URL: <https://delo.ua/opinions/vpliv-rosiisko-ukrayinskoyi-viini-na-turisticnugaluz-v-ukrayini-ta-sviti-shho-nas-cekaje-v-maibutnyomu-405634/>
4. Внутрішній туризм в Україні зростає попри бойові дії URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaє-popri-bojovi-dii.html>
5. Інноваційні стратегії. URL: <https://studfile.net/preview/5705900/page:25/>
6. Цифрова економіка: підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. К.: НАУ, 2022. 200 с.

7. Гребенюк Г. М., Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Пікуліна О. В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. *Агросвіт*. 2021. № 5—6. С. 57–62. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.5-6.57

8. Tetiana Charkina, Olena Pikulina, Vyacheslav Zadoja, Sergiy Tsviliy. Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism. *Philosophy, economics and law review Scientific journal 2022* Volume 2, no. 1. С. 108—117. DOI: 10.31733/2786-491X-2022-1-108-117

9. Малярчук, Н. М., Чирва, О. Г. (2022). Проблеми та перспективи розвитку незвичайних видів туризму на території України після закінчення Російсько-Української війни на прикладі військового туризму. *Економічні горизонти*, 4 (22), 34—42. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.26701](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.26701)

10. Туризм майбутнього: виклики чи можливості. URL: <https://mind.ua/ru/publications/20229524-turizm-budushchego-vyzovy-ili-vozmozhnosti>

11. Перспективи розвитку екстремального туризму в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vasylyuk.htm

12. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навчальний посібник. Київ: Видавництво "Каравела", 2022. 340 с.

13. Власенко В. В. Інновації в туризмі. Опорний конспект лекцій. Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ 21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25. Вінниця 2017. 108 с.

14. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. Дніпро: Журфонд, 2021. 137 с.

References:

1. State Agency for Tourism Development of Ukraine (2023), "Tourist tax for 2022", available at: https://www.facebook.com/photo?fbid=535883082062554&set=a.236178152033050&-locale=uk_UA (Accessed 26.03.2023).

2. Wprost (2023), "Tourism in conditions of war. "It is unacceptable to turn places of live tragedy into an entertainment option"", available at: <https://www.wprostukraine.eu/ua/kultura/10715638/tyrizm-v-umovah-vijini-pere-tvoruvati-miscya-jivoyi-tragediyi-na-variant-rozvagi-nepriypystimo.html> (Accessed 25 July 2023).

3. Artiukh, K. (2022), "The impact of the Russian-Ukrainian war on the tourism industry in Ukraine and the world: what awaits us in the

future", available at: <https://delo.ua/opinions/vpliv-rosiisko-ukrayinskoyi-viini-na-turisticnugaluz-v-ukrayini-ta-sviti-shho-nas-cekaje-v-maibutnyomu-405634/> (Accessed 25 July 2023).

4. Ukrinform (2022), "Domestic tourism in Ukraine is growing despite hostilities", available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaepopri-bojovi-dii.html> (Accessed 25 July 2023).

5. Dovhan', L.Ye. Karakaj, Yu.V. and Artemenko, L.P. (2009), "Innovative strategies", available at: <https://studfile.net/preview/5705900/page:25/> (Accessed 25 July 2023).

6. Oleshko, T.I. Kas'ianova, N.V. and Smerichevs'kyj, S.F. (2022), *Tsyfrova ekonomika [Digital economy]*, NAU, Kyiv, Ukraine.

7. Hrebenuk, H. Charkina, T. Martseniuk, L. and Pikulina, O. (2021), "An innovative approach to the development of tourism and hotel and restaurant business in Ukraine in a crisis", *Agrosvit*, vol. 5—6, pp. 57—62. DOI: 10.32702/2306-6792-2021.5-6.57

8. Charkina, T. Pikulina, O. Zadoja, V. and Tsviliy, S. (2022), "Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism", *Philosophy, economics and law review Scientific journal*, vol. 2, no. 1, pp. 108—117. DOI: 10.31733/2786-491X-2022-1-108-117

9. Maliarchuk, N.M. and Chyrva, O.H. (2022), "Problems and prospects of the development of unusual types of tourism in the territory of Ukraine after the end of the Russian-Ukrainian war as an example of military tourism", *Ekonomichni horyzonty*, vol. 4 (22), pp. 34—42. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.26701](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.26701)

10. Mind (2021), "Tourism of the future: challenges or opportunities", available at: <https://mind.ua/ru/publications/20229524-turizm-budushchego-vyzovy-ili-vozmozhnosti> (Accessed 25 July 2023).

11. Vasyliuk, V. (2020), "Prospects for the development of extreme tourism in Ukraine", available at: https://tourlib.net/statti_ukr/vasylyuk.htm (Accessed 25 July 2023).

12. Dzhyndzhoian, V.V. Teslenko, T.V. and Horb, K.M. (2022), *Innovatsijni tekhnolohii v turyzmi ta hostynnosti [Innovative technologies in tourism and hospitality]*, Karavela, Kyiv, Ukraine.

13. Vlasenko, V. V. (2017), *Innovatsii v turyzmi [Innovations in tourism. Reference summary of lectures]*, VTEI KNTU, Vinnytsia, Ukraine.

14. Skrypchenko, I.T. (2021), *Innovatsijni tekhnolohii v turyzmi [Innovative technologies in tourism]*, Zhurfond, Dnipro, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 10.08.2023 р.