

5. Morabi Jouybari, H., Ghorbani, A., Mousazadeh, H., Golafshan, A., Akbarzadeh Almani, F., Dénes, D.L. and Krisztián, R., 2023. Smartphones as a platform for tourism management dynamics during pandemics: A case study of the shiraz metropolis, *Sustainability journal*, 15(5), p. 4051.

6. Lian, J. Research on Tourism Marketing Strategy Innovation in New Media Era. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 8(1). 2023. pp. 103-106.

7. Ehrenhard, M., Wijnhoven, F., van den Broek, T. and Stagno, M.Z. Unlocking how start-ups create business value with mobile applications: Development of an App-enabled Business Innovation Cycle. *Technological forecasting and social change*, 115. 2017. pp. 26-36.

8. Лелюк, О.В., Мобільні туристичні додатки як один із засобів інноваційного розвитку в туризмі. *Міжнародна науково-практична конференція «Індустрія сфери послуг: виклики та можливості» 25 травня 2021 року м. Київ. 2021. С. 209.*

**Шматько Н.М.**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри менеджменту*

**Кармінська-Бєлоброва М.В.**

*кандидат наук з державного управління,  
доцент, доцент кафедри*

*менеджменту*

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»*

*м. Харків, Україна*

## **ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ СТАРТАПІВ СТІЙКОГО ТУРИЗМУ**

Сучасна туристична індустрія стикається зі швидкими змінами та викликами, які потребують новаторських підходів для залучення та утримання відвідувачів. У цьому контексті інноваційний туризм відіграє ключову роль у створенні конкурентних переваг та стимулюванні економічного зростання. Однак для успішного розвитку інноваційного туризму необхідно вивчати зарубіжний досвід, щоб зрозуміти тенденції та напрямки, які можуть стати джерелом натхнення та підказок для покращення власної індустрії.

Інноваційний туризм є сучасним підходом до організації та надання туристичних послуг, який відрізняється від традиційних підходів. Він зазвичай заснований на застосуванні нових технологій, розвитку стійкого та екологічно відповідального туризму, а також створенні унікальних та привабливих туристичних маршрутів та програм. Інноваційний туризм може істотно впливати на економіку, залучаючи інвестиції, створюючи нові робочі місця та сприяючи розвитку місцевих спільнот.

Вивчення закордонного досвіду допоможе не лише зрозуміти основні принципи та успішні практики інноваційного туризму, а й знайти способи

адаптувати їх до місцевих умов та потреб. Адаптація закордонного досвіду дозволить Україні сформувати власні стратегії розвитку інноваційного туризму з огляду на особливості та переваги кожної території. Подібний підхід забезпечить збалансований та сталий розвиток туристичної індустрії, привабливий для відвідувачів та вигідний для місцевого населення.

В останні роки у світовій туристичній індустрії відбулося зрушення парадигми у бік стійкості. Мандрівники по всьому світу дедалі більше усвідомлюють екологічні та соціальні наслідки своїх подорожей та шукають більше відповідальних та етичних варіантів подорожей. Зростання попиту на стійкий туризм проклав шлях новій хвилі стартапів, котрі займаються просуванням і використанням стійких практик у галузі туризму.

Однією з областей, де стартапи в галузі сталого туризму мають значний вплив, є сектор розміщення. Такі компанії, як EcoHotels, створюють інноваційні способи перебування мандрівників, пропонуючи екологічно чисті та енергоефективні варіанти розміщення. Ці стартапи наголошують на екологічночистих будівельних матеріалах, відновлюваних джерелах енергії та стратегії скорочення відходів, щоб мінімізувати вплив на навколишнє середовище. Ці варіанти розміщення не тільки пропонують мандрівникам унікальний та екологічно безпечний досвід, а й сприяють збереженню місцевих екосистем та спільнот.

Технологічні досягнення також відіграють вирішальну роль у створенні стартапів у сфері сталого туризму. Наприклад, така компанія, як Better Places Travel (Нідерланди), використовує інноваційні цифрові платформи для прямого зв'язку мандрівників із місцевими експертами та просування екологічно чистих туристичних маршрутів. Такі стартапи використовують технології, щоб мінімізувати вплив подорожей на довкілля, скоротити кількість відходів та енергоспоживання, а також покращити загальну якість подорожей, надаючи персоналізовані та стійкі рекомендації.

Концепція спільного споживання набула важливого значення в індустрії сталого туризму. Такі компанії, як Airbnb та Couchsurfing, зробили революцію у традиційному секторі гостинності, дозволивши мандрівникам зупинятися у будинках місцевих господарів, скоротивши потребу у додатковій інфраструктурі та мінімізувавши вплив житла на навколишнє середовище. Зв'язуючи мандрівників із місцевими господарями, компанії тим самим заохочують культурний обмін та просувають автентичніші враження від подорожей.

Нарешті стартапи розробляють інструменти та платформи, які допоможуть мандрівникам приймати стійкі рішення при плануванні своїх поїздок. Наприклад, такі веб-сайти, як Green Travel Choice, надають вичерпну інформацію про практики сталого розвитку авіакомпаній, готелів та туроператорів, що дозволяє мандрівникам приймати обґрунтовані рішення. Ці стартапи дозволяють мандрівникам підтримувати компанії, які відповідають їхнім цінностям та сприяють сталому туризму.

Одним з найважливіших способів, з допомогою яких стартапи, мають соціальний вплив та змінюють індустрію туризму на краще, це поширення відповідального туризму. Такі стартапи покликані навчати та надихати мандрівників робити усвідомлений вибір, який принесе користь як місцевій спільноті, так і навколишньому середовищу. Наприклад, британське соціальне підприємство Responsible Travel, пропонує мандрівникам з усього світу досвід сталого туризму. Це підприємство з місцевими операторами, які надають пріоритет відповідальному споживанню, таким як мінімізація викидів вуглекислого газу, підтримка місцевих спільнот та збереження природних ресурсів. Завдяки своїй платформі Responsible Travel допомагає мандрівникам знайти унікальні та автентичні враження, які мають позитивний вплив на суспільство та довкілля. Вибираючи цей досвід, мандрівники можуть зробити свій внесок у місцеву економіку, підтримати культурну спадщину та захистити довкілля.

Підсумовуючи зазначемо, що поява стартапів у сфері сталого туризму може змінити уявлення мандрівників про подорож. Віддаючи пріоритет захисту навколишнього середовища, соціальної відповідальності та справжнього досвіду, компанії не тільки трансформують індустрію туризму, а й дозволяють мандрівникам позитивно впливати на світ. Оскільки попит на екологічні подорожі продовжує зростати, людство може очікувати на появу ще більшої кількості інноваційних стартапів. Адже інноваційні компанії орієнтовані не лише на прибутковість, а й на мінімізацію негативного впливу туризму на довкілля та місцеві спільноти.

Крім того, держава та громадські організації також визнають важливість сталого туризму та починають надавати вагому підтримку та ресурси стартапам у цьому секторі. Ця підтримка ще більше зміцнює перспективи зростання цих стартапів і спонукає більше підприємців вийти на ринок стійкого туризму.

Демонструючи успіх, стартапи можуть надихнути інших прийняти аналогічні підходи та зробити свій внесок у більш стійке майбутнє для всієї галузі.

На нашу думку, стартапи у сфері стійкого туризму перебувають у стані змін у туристичній індустрії. Їхні інноваційні підходи, відданість принципам сталого розвитку та здатність пропонувати мандрівникам унікальні враження роблять їх ключовими гравцями у формуванні майбутнього туризму. Підтримуючи та просуваючи ці стартапи, людство може зробити внесок у створення більш стійкої та відповідальної індустрії туризму для майбутніх поколінь.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мазуркевич, І. О. Інноваційні підходи в діяльності туристичного бізнесу / І. О. Мазуркевич, Т. А. Дзюба // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2016. – № 3 (227). – С. 50-56

2. Ткаченко, Т. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2009. – 463с.

3. Кармінська-Белоброва М. В. Роль туристичної галузі в інноваційному розвитку регіону / М. В. Кармінська-Белоброва // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури : матеріали 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 23-25 травня 2019 р. – Львів : Львівська політехніка, 2019. – С. 321.

4. Шматько Н. М. Розвиток інноваційної політики України з використанням маркетингу інновацій / Н. М. Шматько, М. С. Пантелєєв // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 37 (1313). – С. 50-56.

**Янчевський В.Р.**  
**здобувач вищої освіти**  
**Фроленкова Н. А.**  
**к.е.н, доцент**

*Національний університет водного господарства  
та природокористування, м.Рівне, Україна*

## **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ**

У широкому сенсі цифрова трансформація, тобто діджиталізація – це сукупність процесів, які перетворюють аналогові матеріали (отримані з об'єктів реального світу) у цифрову форму. З розвитком таких технологій, як штучний інтелект, віртуальна реальність, big data та блокчейн, розробка нових оцифрованих рішень і продуктів набрала обертів.

Цифрова трансформація в індустрії туризму означає адаптацію сучасних рішень до повсякденних завдань з організації подорожей – від вибору пункту призначення та планування маршруту до бронювання авіаквитків та інших видів транспорту, а також готелів чи створення пропозицій, які максимально адаптовані до клієнтів. потреби та здійснення віртуальних турів, перш ніж фактично вибрати пункт призначення.

Згідно з даними, оприлюдненими Statista Digital Market Outlook, загальний дохід від мобільних додатків, що використовуються в сегменті подорожей, зріс на 38 відсотків у 2021 році порівняно з попереднім роком і досяг 296 мільйонів доларів [1]. На це вплинула пандемія COVID-19, необхідність дотримання соціальної дистанції та численні обмеження змусили тих, хто любить подорожувати, ще більше звертатися до цифрових рішень.

Процес повної діджиталізації туристичного бізнесу є поступовим. Традиційний туристичний бізнес зосереджений на внутрішніх операціях і створенні цінності для туристів. У міру того, як вони рухаються до посилення діджиталізації через цифровий маркетинг і онлайн-продажі, повна