

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-121>

УДК 338.487/.488:330.341.1(477)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛЬНИХ КРОС-КУЛЬТУРНИХ ТРЕНДІВ

INNOVATIVE APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF TOURISM SERVICES IN UKRAINE CONSIDERING GLOBAL CROSS-CULTURAL TRENDS

Губський Станіслав Олексійович

аспірант,

Київський університет культури

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2948-0641>**Голубець Ірина Миколаївна**

кандидат культурології, доцент,

Київський університет культури

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3491-0155>**Hubskiy Stanislav, Holubets Iryna**

Kyiv University of Culture

У статті досліджено інноваційні стратегії розвитку туристичних послуг в Україні з огляду на глобальні крос-культурні тренди. Проаналізовано роль цифровізації, етнокультурного брендингу та зеленого туризму. Розглянуто сучасні інноваційні технології, що підвищують конкурентоспроможність і стійкість туристичної галузі. Проаналізовано використання електронних систем бронювання, мобільних додатків, технологій розпізнавання обличчя, роботизації, штучного інтелекту та мультимедійних рішень. Показано, що впровадження таких технологій забезпечує автоматизацію процесів, персоналізацію сервісу, інформування клієнтів, оптимізацію взаємодії з персоналом та створення індивідуального комфортного середовища перебування. Висунуті рекомендації, що підтримуватимуть адаптивність і стійкість туристичної індустрії.

Ключові слова: інновації, цифрові платформи, технології, зелений туризм, крос-культурні тренди.

Ukraine is navigating profound upheaval from war and cultural loss, underscoring the need for innovative strategies to restore tourism. To match rapid global cross-cultural trends, services must adapt to diverse, evolving expectations. Prior research notes digital tools and creative formats such as quest tours to stimulate domestic demand and build regional brands, yet a full synthesis with global trends is scarce. Clear, methodical guidance to align public initiatives with private projects is also lacking, though vital for competitiveness and resilience. This article addresses these gaps by examining innovative pathways in tourism and proposing practical recommendations. The core thesis is synergy: digital technology, cultural authenticity, and sustainability work best together. Ukraine has advanced heritage digitalization via 360-degree virtual tours and online museums that document heritage and war impacts, sustaining international attention. Dark tourism in Kyiv and Bucha is framed as cultural dialogue. Regions deploy AR and mixed reality to build immersive routes; Zakarpattia pioneers a smart-region model with platforms nationwide. Green and rural tourism grow alongside global demand for authentic, low-impact travel. Digitalization is now essential for competitiveness: virtual tours, online booking, and digital marketing lift profitability and resilience, while hotels adopt mobile apps and facial recognition to elevate guest experience. Ethical, systematic ethnocultural branding integrates local motifs within unified strategies that meet global standards and share benefits locally. The recommendations rest on three pillars: 1) robust digital infrastructure and integration with international services; 2) methodical ethnocultural branding co-created with creatives and communities; 3) a green tourism economy backed by certification and infrastructure. Coordinated state and business action can translate these measures into products relevant to global audiences, preserving heritage while securing Ukraine's place in global cultural dialogue.

Keywords: innovations, digital platforms, technologies, green tourism, cross-cultural trends.



Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку туристичної індустрії України позначається необхідністю глибокої трансформації, зумовленої соціально-економічними, культурними та безпековими викликами. Військова агресія, руйнування інфраструктури, зміна демографічної структури та переорієнтація міжнародних потоків, зумовили втрату ефективності традиційних моделей функціонування галузі. Туристичні послуги більше не можуть розвиватися лише завдяки природним і історичним ресурсам, адже сучасний глобальний ринок потребує інноваційних, технологічно розвинених і культурно адаптованих продуктів. Туризм має перейти від споживання до співтворення культурного простору, заснованого на автентичності, сталості та інтегрованості у світову систему культурного обміну.

Незважаючи на підвищений науковий інтерес до цифровізації, екологізації та етнокультурного брендингу, досі бракує комплексного бачення їх поєднання. Недостатньо дослідженими залишаються механізми створення стійких туристичних продуктів, що відповідали б принципам сталого розвитку та враховували культурну різноманітність споживачів.

Особливої актуальності набуває адаптація українського туризму до глобальних крос-культурних трендів. Сучасний турист орієнтується на цифрові технології, етичні, екологічні та соціально відповідальні практики, що вимагає від України не лише технологічного оновлення, а й глибокого змістового переосмислення туристичних послуг. Цифрова трансформація стає не перевагою, а необхідною умовою конкурентоспроможності. Водночас розвиток етнокультурного брендингу має поєднуватися з міжнародними стандартами представлення культурної спадщини та збереження її автентичності. Важливим напрямом є інновації в готельному бізнесі як ключовій ланці туристичної інфраструктури.

Таким чином, нагальною є потреба у створенні комплексної стратегії інноваційного розвитку туристичних послуг, яка поєднає цифровізацію, етнокультурний брендинг, екологічність і крос-культурну інтеграцію, забезпечивши конкурентоспроможність України, відновлення галузі у післявоєнний період та формування сучасного туристичного простору сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туристичних послуг, зокрема їх інноваційного оновлення та адапта-

ції до глобальних крос-культурних тенденцій, присвячено значну кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників. Так, Н. Мельник, А. Мельник і Х. Коцан [1] досліджують інновації як інструмент формування позитивного іміджу туристичних дестинацій, акцентуючи увагу на ролі нових технологій у підвищенні привабливості туристичного продукту. Водночас О. Гладкий [5] аналізує методику проектування інноваційних туристичних продуктів у сфері культурно-пізнавального туризму, підкреслюючи важливість регіональної ідентичності та креативних підходів до створення маршрутів.

Важливий внесок у розвиток інноваційного туризму зробили Г. Машіка, М. Клименко та Н. Шумило [6], які дослідили специфіку впровадження новітніх технологій у Карпатському регіоні, де поєднуються екологічні, етнографічні та рекреаційні чинники.

Окремий напрям досліджень становить розвиток етнотуризму та сувенірного брендингу [14].

Серед праць, присвячених інноваційним технологіям у готельному господарстві, слід відзначити навчальний посібник Н. Влащенко [17], де розкрито питання цифровізації сервісів і стандартизації обслуговування на основі світових практик. У цьому ж напрямі працюють О. Вдовічена та К. Паламарек [18], які досліджують вплив світових інновацій на готельно-ресторанний бізнес. Практичний аспект теми висвітлено у матеріалах [19], де розглядаються технології покращення сервісу через автоматизацію та персоналізацію послуг.

Тож, останні дослідження вказують на необхідність інтеграції інноваційних підходів у розвиток туристичних послуг в Україні, зокрема через впровадження цифрових технологій та креативних форматів, таких як квест-екскурсії, що сприяють активізації внутрішнього туризму та формуванню іміджу регіонів. Водночас, врахування глобальних крос-культурних трендів, зокрема адаптація до різноманітних культурних потреб та удосконалення міжкультурних комунікацій, є ключовими для підвищення якості обслуговування та задоволення різних груп туристів. Ці стратегії сприяють не лише економічному розвитку, але й зміцненню міжнародних зв'язків та конкурентоспроможності України на світовій туристичній арені [1]. Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасних дослідженнях інноваційного розвитку туристичних послуг в Україні значну увагу приділено цифровізації, етнокультурному

брендингу та екологічним аспектам туризму. Втім, недостатньо вивченим залишається комплексне поєднання цих напрямів із урахуванням глобальних крос-культурних трендів та їх вплив на формування стійких туристичних продуктів, адаптованих до різноманітних аудиторій. Бракує методичних рекомендацій для гармонізації державних ініціатив і бізнес-проєктів у цій сфері. Це створює потребу у розробці рекомендацій для забезпечення конкурентоспроможності українського туристичного сектору.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження інноваційних стратегій розвитку туристичних послуг в Україні у відповідь на глобальні крос-культурні тренди. Крім того, ставиться завдання розгляду інновацій у готельному господарстві, що підвищують конкурентоспроможність туристичної галузі та ставиться завдання розробки рекомендацій для підтримки адаптивності туристичного сектору в умовах цифровізації та сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційні стратегії розвитку туристичних послуг в Україні дедалі більше зосереджуються на синергії цифрових технологій, культурної автентичності й стійкості – відповідно до глобальних крос-культурних трендів. Україна стала одним із міжнародних лідерів у цифровізації культурної спадщини, активно впроваджуючи 360-градусні віртуальні тури, онлайн-музеї та інтерактивні маршрути, що показують не лише історичні пам'ятки, а й наслідки війни, як наприклад у проєкті «War at Close Quarters» [2]. Це дозволило підтримувати інтерес до української культури навіть під час фізичної недоступності об'єктів, створюючи нові канали для міжнародної аудиторії.

Додатково, туризм «воєнного досвіду» (dark tourism) набуває форми культурного діалогу: подорожі до Києва, Бучі, Ірпеня й інших місць, які служать шляхом до розуміння людського й історичного виміру конфлікту [3; 4]. Такий підхід формує нову емоційну прозорість і глибину культурного обміну.

Регіони, такі як Чернігів чи Закарпаття, розвивають культурно-пізнавальні продукти через технології доповненої та змішаної реальності, створюючи мультимедійні маршрути до сакральних, природних і гастрономічних об'єктів [5]. А Закарпаття втілює концепцію «розумного регіону», пропонуючи цифрові платформи з персоналізованими багатомовними рекомендаціями, голосовими

асистентами й адаптацією для людей з інвалідністю [6].

Не менш важливим є розвиток зелено-сільського туризму. Завдяки поєднанню екотуристичних траєкторій із підтримкою місцевих громад, Україна відповідає глобальному попиту на автентичні, сталеві й культурно насичені подорожі [7]. Креативні підходи поширюються також на сувенірну сферу: 3D-моделі пам'яток, екологічні матеріали, AR-інтеграція, VR-рішення – все це дозволяє створювати культурні продукти із залученням світової аудиторії.

Ще одним значущим моментом є акцент на партнерстві з місцевими громадами, які виступають не лише зберігачами культурних ресурсів, а й активними учасниками туристичних проєктів. Такий підхід сприяє сталому розвитку та забезпечує економічні вигоди для регіонів [8].

Усі ці напрями – від цифрових ініціатив і культурних турів до зеленої, інтерактивної та крафтової складових – формують потужну платформу для розвитку інноваційного туризму в Україні. Вони дають можливість не лише зберегти культурну спадщину й забезпечити індустріальну стійкість, а й стати важливою складовою крос-культурного діалогу на міжнародній арені.

Цифровізація в туризмі в Україні вже перестала бути опцією й перетворюється на інфраструктурну умову конкурентоспроможності туристичних послуг: впровадження віртуальних турів і онлайн-екскурсій дозволяє зберегти зв'язок з іноземною та внутрішньою аудиторіями під час обмежень і водночас формує передплатний пул потенційних відвідувачів; державні ініціативи з цифрової трансформації культури й туризму забезпечують узгодженість та єдині вимоги до форматів даних, стандартів і надання послуг, а рекомендації OECD (Організація економічного співробітництва та розвитку) та дослідження українських вчених наголошують на необхідності поєднати цифрові платформи бронювання, CRM-аналітику та digital-маркетинг для підвищення рентабельності і стійкості малого й середнього туристичного бізнесу [9–11].

Конкретно, розвиток 3D/VR-екскурсій і оцифрування музейних колекцій (приклади віртуальних турів Національного музею історії України та Музею грошей НБУ) не лише розширює доступність культурних продуктів, а й створює нові джерела доходу (платні віртуальні тури, ліцензування контенту) та мож-

ливість інтегрувати медійні продукти в міжнародні платформи просування [12–13].

Етнокультурний брендинг у контексті крос-культурних трендів має стати постійною складовою управління туристичними продуктами. Використання місцевих мотивів у дизайні сувенірів, меню та програмах заходів слід робити за єдиною концепцією бренду, яка підкреслює унікальність і автентичність регіону, але водночас відповідає міжнародним вимогам щодо зручності, етичності та подачі історії. Українські дослідження свідчать, що якісний сувенірний брендинг підвищує цінність продукту в очах туриста і продовжує його інтерес до місця відвідування. Для цього потрібна співпраця креативних індустрій, музеїв та малого бізнесу, а також створення спільних платформ для просування на внутрішньому та зовнішньому ринках [14].

В умовах глобальної уваги до культурної дипломатії і крос-культурного обміну український етнобренд може працювати як інструмент *soft-power*, але лише за умови контролю якості, етичного використання традиційних знань і участі локальних громад у доходуванні.

Зелений туризм (агро-, еко- і сільський туризм) у поєднанні з цифровими й етнокультурними підходами здатен створити найбільш стійкий і інклюзивний продукт: цифрові платформи дозволяють агрегувати пропозиції садиб, сертифікованих еко-маршрутів та локальних фермерських фестивалів, водночас бренд регіону через локальні практики (кухня, ремесла) підвищує туристичну цінність. Українські праці й аналітика вказують на наявний потенціал зеленої ніші, однак підкреслюють інституційні бар'єри – відсутність єдиної системи сертифікації, слабку логістику та недостатнє фінансування інфраструктури [15–16].

В умовах глобалізації та зростання впливу крос-культурних трендів розвиток туристичних послуг в Україні неможливий без активного впровадження інновацій, зокрема в готельному господарстві, яке є ключовою складовою туристичної інфраструктури. Адже сучасний турист очікує технологічно насиченого сервісу, що відповідає міжнародним стандартам швидкості, безпеки та персоналізації. У цьому контексті технологічні рішення в службі прийому та розміщення виступають важливим елементом формування позитивного туристичного досвіду, який відповідає культурним очікуванням гостей з різних країн.

Однією з ключових інновацій у готельному бізнесі є застосування електронних систем бронювання, що надають клієнтам можливість самостійно резервувати номери через інтернет-платформи [17]. Важливу роль також відіграють мобільні додатки, за допомогою яких користувачі можуть пройти онлайн-реєстрацію, замовляти додаткові послуги та отримувати інформацію про події й пропозиції [18].

Використання технологій розпізнавання обличчя забезпечує швидку та безконтактну реєстрацію гостей, а також може замінювати традиційні ключі чи картки. Роботизація поступово набирає популярності: роботи-консьєржі здатні надавати інформацію про послуги готелю, місцеві пам'ятки та ресторани, відповідати на запитання гостей різними мовами, а також доставляти багаж або замовлення з ресторану безпосередньо до номерів [19].

Технології Інтернету речей дозволяють автоматизувати значну частину процесів обслуговування у номерах. Гості можуть регулювати освітлення, температуру, штори та інші параметри за допомогою смартфонів або планшетів, що підвищує рівень комфорту [18].

Ще одним важливим напрямом впровадження інновацій є використання електронних каталогів, які дають змогу здійснювати віртуальні тури номерами, залами ресторанів, конгрес-центрами та вестибюлем. Це допомагає гостям швидко ознайомитися з послугами та зробити вибір [20].

Поряд із перспективами інноваційного розвитку туристичного сектору важливо враховувати низку ризиків і бар'єрів, які можуть обмежувати ефективність впроваджуваних стратегій. Передусім мова йде про воєнну небезпеку та безпекові питання, що залишаються головним чинником стримування міжнародного туризму в Україні. Навіть за умов активного розвитку цифрових сервісів і крос-культурної комунікації відсутність гарантій безпеки знижує довіру туристів та інвесторів.

Другим суттєвим викликом є економічна нестабільність і брак інвестиційних ресурсів. Туристична індустрія вимагає значних капіталовкладень у відновлення інфраструктури, цифровізацію та розвиток локальних сервісів, однак обмеженість фінансових потоків і високі ризики стримують прихід приватних інвесторів.

Не менш важливими є культурні ризики, що пов'язані з можливим викривленням автентичності у процесі комерціалізації культурних продуктів. Надмірна орієнтація на потреби масо-

вого туриста може призвести до поверхневого відтворення традицій або навіть спотворення культурних смислів, що негативно позначається на довірі до українського бренду.

Отже, для забезпечення стійкості туристичної індустрії необхідне комплексне врахування безпекових, економічних та культурних ризиків у поєднанні з впровадженням інноваційних рішень.

З урахуванням розглянутого, узагальнимо пропоновані нами рекомендації, що зможуть стати основою методик для туристичних операторів і державної політики в галузі, що підтримуватимуть адаптивність і стійкість індустрії (табл. 1).

Узагальнюючи наведені рекомендації, можна стверджувати, що для підвищення адаптивності та стійкості туристичної індустрії необхідно комплексно впроваджувати цифрові технології, розвивати етнокультурний брендинг та зелений туризм, стандартизувати крос-культурне обслуговування, активізувати міжсекторну співпрацю та впроваджувати інноваційні формати. Такий підхід дозволяє підвищити якість сервісу, залучити нові цільові аудиторії, мінімізувати негативний

вплив на довкілля та забезпечити інтеграцію туристичних продуктів на міжнародному рівні.

Висновки. Інноваційні стратегії розвитку туристичних послуг в Україні, орієнтовані на цифровізацію, етнокультурний брендинг, екологічність і крос-культурну адаптацію, є ключовою умовою відновлення та конкурентоспроможності галузі в умовах глобалізації. Поєднання віртуальних турів, інтерактивних форматів, мобільних сервісів і технологій автоматизації з автентичними культурними практиками формує сучасний туристичний продукт, здатний задовольнити потреби різних аудиторій і сприяти розвитку регіонів. Розвиток зеленого туризму, міжсекторної співпраці та інновацій у готельному господарстві забезпечує інклюзивність і стійкість галузі, а інтеграція міжнародних стандартів сервісу та культурної чутливості підвищує імідж України як відкритої та технологічно розвиненої туристичної дестинації. Реалізація цих стратегій створює основу для формування конкурентного, адаптивного й культурно насиченого туристичного простору, що зміцнює економічний потенціал та позиції України на світовому туристичному ринку.

Таблиця 1

Рекомендації з підтримки адаптивності і стійкості туристичної індустрії

Напрямок розвитку	Практичні рекомендації
Цифровізація	Створити цифрову платформу для бронювання, віртуальних турів та інтеграції з міжнародними сервісами; запровадити онлайн-кабінети для туристів із персоналізованими пропозиціями.
Етнокультурний брендинг	Розробити єдину бренд-стратегію для регіонів із використанням локальних мотивів у сувенірах, гастрономії та подіях; залучити креативні індустрії до створення продукції, адаптованої до міжнародних стандартів.
Зелений туризм	Запровадити систему сертифікації екооб'єктів; підтримувати фермерські господарства та агротуристичні локації; розробити маршрути з мінімальним впливом на довкілля.
Крос-культурна адаптація	Стандартизувати багатомовне обслуговування, вивіски та онлайн-контент; проводити тренінги з культурної чутливості для персоналу; враховувати святкові традиції та звички різних країн.
Міжсекторна співпраця	Налагодити партнерства між громадами, бізнесом і державою для спільного просування туристичних продуктів; створити програми підтримки малого бізнесу у туризмі.
Інноваційні формати	Розвивати тематичні фестивалі, інтерактивні музеї та VR/AR-експозиції; впроваджувати мобільні додатки з гейміфікацією маршрутів.

Джерело: сформовано автором

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мельник Н., Мельник А., Коцан Х. Інновації на ринку туристичних послуг як інструмент формування іміджу дестинації. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*. 2022. Вип. 838. С. 20-27.
2. Step ahead: Ukraine emerges as global leader in culture digitalization. URL: <https://newsukraine.rbc.ua/news/step-ahead-ukraine-emerges-as-global-leader-1704454544.html> (дата звернення: 16.08.2025)
3. The Resilient Tourism Boom: How Ukrainian Companies Thrive Amidst Conflict. URL: <https://bbctravelworld.com/blog/ukrainian-tourism-boom/> (дата звернення: 16.08.2025)
4. Nöstlinger N. Ukraine teams up with travel Inc. to prepare for post-war tourism. URL: <https://bbctravelworld.com/blog/ukrainian-tourism-boom/> (дата звернення: 16.08.2025)
5. Гладкий О. Проектування інноваційного туристичного продукту у сфері культурно-пізнавального туризму Чернігівської області України. *Теорія і практика фізичної культури і спорту*. 2023. № 1. С. 132-138.
6. Машіка Г., Клименко М., Шумило Н. Інноваційні технології розвитку туризму в Карпатському регіоні. *Вісник Черкаського державного технологічного університету*. 2024. Вип. 29(1), С. 43-51.
7. Roman M., Kudinova I., Samsonova V., Kawęcki N., Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. *Tour. Hosp.* 2024, 5, 537-558.
8. Кудінова І. П., Хоруженко Л. Г. Креативні підходи до просування культурної спадщини України та туризму через сучасні сувеніри. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, Volume 8, Number 1, 2025. С. 75-90.
9. Марусей Т. В. Цифровізація як інструмент розвитку туристичної індустрії. *Ефективна економіка*. 2024. № 11. С. 1-18.
10. Розвиток туризму в умовах цифровізації економіки: монографія. О. А. Сущенко, Н. А. Дехтяр, О. П. Клок та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. А. Сущенко. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 201 с.
11. Підвищення стійкості шляхом прискорення цифрової трансформації бізнесу в Україні. 2024. 118 с. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/uk/publications/reports/2024/05/enhancing-resilience-by-boosting-digital-business-transformation-in-ukraine_c2e06e50/5d9e86a7-uk.pdf (дата звернення: 16.08.2025)
12. Музей грошей НБУ. URL: <https://museum.bank.gov.ua/museum/3d-tour/> (дата звернення: 16.08.2025)
13. Віртуальний музей історії України. URL: <https://virtual.nmiiu.org/> (дата звернення: 16.08.2025)
14. Гаврилук А. М., Данник К. О. Сувенірний брендинг в Україні як маркетинговий інструмент етно-туристичної промоції території. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2015. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2015_4_7 (дата звернення: 16.08.2025)
15. Мезенцева А., Тофан А. Зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2013. № 5. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/1309> (дата звернення: 16.08.2025)
16. Зелений туризм в Україні. URL: <https://izki.ua/zelenyi-tyryzm/> (дата звернення: 16.08.2025)
17. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб. Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 150 с.
18. Вдовічена О., Паламарек К. Роль світових інноваційних технологій у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. Вип. 2 (12), С. 22-27. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3) (дата звернення: 16.08.2025)
19. Топові технології в готельному господарстві: як покращити сервіс та зручність гостей. URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/top-technologies-in-the-hotel-industry-how-to-improve-service-and-convenience-of-guests>. (дата звернення: 16.08.2025)
20. Домінська О. Я., Батьковець Н. О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8. (дата звернення: 16.08.2025)

REFERENCES:

1. Melnyk, N., Melnyk, A., & Kotsan, K. (2022). Innovatsii na rynku turystychnykh posluh yak instrument formuvannia imidzhu destynatsii [Innovations in the tourism services market as a tool for destination image formation]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu: Heohrafiia*, 838, 20–27.
2. Step ahead: Ukraine emerges as global leader in culture digitalization. (n.d.). RBC-Ukraine. Available at: <https://newsukraine.rbc.ua/news/step-ahead-ukraine-emerges-as-global-leader-1704454544.html> (accessed: 16.08.2025)
3. The resilient tourism boom: How Ukrainian companies thrive amidst conflict. (n.d.). BBC Travel World. Available at: <https://bbctravelworld.com/blog/ukrainian-tourism-boom/> (accessed: 16.08.2025)

4. Nöstlinger, N. (n.d.). Ukraine teams up with travel Inc. to prepare for post-war tourism. BBC Travel World. Available at: <https://bbctravelworld.com/blog/ukrainian-tourism-boom/> (accessed: 16.08.2025)
5. Hladkyi, O. (2023). Proektuvannia innovatsiinoho turystychnoho produktu u sferi kulturno-piznavalnogo turyzmu Chernihivskoi oblasti Ukrainy [Designing an innovative tourism product in the field of cultural and educational tourism in Chernihiv region of Ukraine]. *Teoriia i praktyka fizychnoi kultury i sportu*, 2, 132–138.
6. Mashika, H., Klymenko, M., & Shumylo, N. (2024). Innovatsiini tekhnolohii rozvytku turyzmu v Karpatskomu rehioni [Innovative technologies for tourism development in the Carpathian region]. *Visnyk Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu*, 29(1), 43–51.
7. Roman, M., Kudinova, I., Samsonova, V., & Kawęcki, N. (2024). Innovative development of rural green tourism in Ukraine. *Tourism and Hospitality*, 5, 537–558.
8. Kudinova, I. P., & Khoruzhenko, L. H. (2025). Kreatyvni pidkhody do prosuvannia kulturnoi spadshchyny Ukrainy ta turyzmu cherez suchasni suveniry [Creative approaches to promoting Ukraine's cultural heritage and tourism through modern souvenirs]. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, 8(1), 75–90.
9. Marusei, T. V. (2024). Tsyfrovizatsiia yak instrument rozvytku turystychnoi industrii [Digitalization as a tool for tourism industry development]. *Efektivna ekonomika*, (11), 1–18.
10. Sushchenko, O. A., Dekhtiar, N. A., Klok, O. P., et al. (2023). Rozvytok turyzmu v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky: Monohrafiia [Tourism development in the context of digitalization of the economy: Monograph]. HNEU imeni S. Kuznetsia.
11. Enhancing resilience by boosting digital business transformation in Ukraine. (2024). OECD. Available at: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/uk/publications/reports/2024/05/enhancing-resilience-by-boosting-digital-business-transformation-in-ukraine_c2e06e50/5d9e86a7-uk.pdf (accessed: 16.08.2025)
12. Muzei hroshei NBU [Money Museum of the NBU]. (n.d.). National Bank of Ukraine. Available at: <https://museum.bank.gov.ua/museum/3d-tour/> (accessed: 16.08.2025)
13. Virtualnyi muzei istorii Ukrainy [Virtual Museum of the History of Ukraine]. (n.d.). National Museum of the History of Ukraine. <https://virtual.nmiu.org/> (accessed: 16.08.2025)
14. Havryliuk, A. M., & Dannyk, K. O. (2015). Suvenirnyi brendynh v Ukraini yak marketynhovyi instrument etnoturystychnoi promotsii terytorii [Souvenir branding in Ukraine as a marketing tool for ethno-tourism promotion of territories]. *Derzhavne upravlinnia: Udoskonalennia ta rozvytok*, (4). Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2015_4_7 (accessed: 16.08.2025)
15. Mezentsseva, A., & Tofan, A. (2013). Zelenyi turizm v Ukraini: Problemy ta perspektyvy rozvytku [Green tourism in Ukraine: Problems and development prospects]. *Visnyk studentskoho naukovohto tovarystva DonNU imeni Vasylia Stusa*, (5). Available at: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/1309> (accessed: 16.08.2025)
16. Izki. (n.d.). Zelenyi turizm v Ukraini [Green tourism in Ukraine]. Available at: <https://izki.ua/zelenyi-tyryzm/> (accessed: 16.08.2025)
17. Vlashchenko, N. M. (2023). Innovatsiini tekhnolohii u hotelnomu hospodarstvi: Navchalnyi posibnyk [Innovative technologies in the hotel industry: Textbook]. Kharkiv National University of Municipal Economy named after O. M. Beketov.
18. Vdovichena, O., & Palamarek, K. (2024). Rol svitovykh innovatsiinykh tekhnolohii u rozvytku hotelno-restorannoho biznesu [The role of global innovative technologies in the development of hotel and restaurant business]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, 2(12), 22–27. Available at: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3) (accessed: 16.08.2025)
19. Topovi tekhnolohii v hotelnomu hospodarstvi: Yak pokrashchyty servis ta zruchnist hostei [Top technologies in the hotel industry: How to improve service and guest comfort]. (n.d.). Hotel Solution. Available at: <https://hotel-solution.com.ua/news/top-technologies-in-the-hotel-industry-how-to-improve-service-and-convenience-of-guests> (accessed: 16.08.2025)
20. Dominska, O. Ya., & Batkhovets, N. O. (2017). Suchasnyi stan ta innovatsiini protsesy rozvytku hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini [The current state and innovative processes of hotel and restaurant business development in Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnogo universytetu. Ekonomichni nauky*, 52, 39–41. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8 (accessed: 16.08.2025)