

РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СОЦІАЛЬНОГО СУПРОВОДУ КЛІЄНТІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

FOREIGN EXPERIENCE IN USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES FOR SOCIAL CUSTOMER SUPPORT IN THE TOURISM SPHERE

У статті узагальнено зарубіжний досвід використання інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму. Визначено й схарактеризовано сучасні інноваційні технології соціального супроводу клієнтів у сфері туризму – цифрові, інклюзивні, економічні.

З'ясовано, що цифрові технології відіграють все більшу роль у соціальному супроводі, включаючи мобільні додатки з функціями персонального асистента, чат-боти та віртуальні консьєржі, системи штучного інтелекту для прогнозування потреб туристів, технології доповненої та віртуальної реальності для створення іммерсивного досвіду, інтернет речей для автоматизації готельних та туристичних послуг, блокчейн-технології для забезпечення безпеки та прозорості транзакцій. Встановлено, що ефективно використання цифрових технологій у сфері туризму потребує збалансованого підходу, що враховує важливість людського контакту та емоційної підтримки туристів.

Доведено, що в туристичній сфері все більше розвиваються інклюзивні технології, що дозволяють адаптувати інфраструктуру, розробити спеціальні послуги для людей з особливими потребами, літніх туристів та інших вразливих груп. Продемонстровано, що інвестиції в інклюзивний туризм мають не лише соціальну цінність, але й приносять значний економічний ефект. Встановлено, що використання економічних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму забезпечує високу рентабельність інвестицій у соціальний супровід, що проявляється у збільшенні тривалості перебування туристів, підвищенні їхніх витрат, формуванні лояльності до дестинації та покращенні онлайн-репутації. Особливо високий економічний ефект виявлено в сегментах преміум-туризму та бізнес-подорожей.

Зроблено висновок про необхідність імплементації кращого зарубіжного інноваційного досвіду у сфері туризму в українські реалії.

Ключові слова: зарубіжний досвід, соціальний супровід, клієнти, туристична сфера, інноваційні технології.

The article summarizes foreign experience in using innovative technologies for social support of clients in the tourism sector.

Modern innovative technologies for social support of clients in the tourism sector are identified and characterized – digital, inclusive, economical. It is found that digital technologies play an increasingly important role in social support, including mobile applications with personal assistant functions, chatbots and virtual concierges, artificial intelligence systems for predicting tourist needs, augmented and virtual reality technologies for creating immersive experiences, the Internet of Things for automating hotel and tourist services, blockchain technologies for ensuring the security and transparency of transactions. It is established that the effective use of digital technologies in the tourism sector requires a balanced approach that takes into account the importance of human contact and emotional support for tourists.

It is proven that inclusive technologies are increasingly being developed in the tourism sector, allowing to adapt infrastructure, develop special services for people with special needs, elderly tourists and other vulnerable groups. It is demonstrated that investments in inclusive tourism have not only social value, but also bring significant economic effect.

It is established that the use of economic technologies of social support of clients in the tourism sector provides high profitability of investments in social support, which is manifested in increasing the duration of tourists' stay, increasing their expenses, forming loyalty to the destination and improving online reputation. A particularly high economic effect was found in the segments of premium tourism and business travel.

The conclusion is made about the need to implement the best foreign innovative experience in the tourism sector into Ukrainian realities.

Key words: foreign experience, social support, clients, tourism sector, innovative technologies.

УДК 37.013.42.091.3:159.95]:355.09(470+477)

DOI <https://doi.org/10.32782/ip/86.1.30>

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Вегера А.І.,

аспірант кафедри соціальної педагогіки
Державного закладу
«Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Сучасний зарубіжний досвід характеризується активним впровадженням інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму, що дозволяє підвищити ефективність обслуговування, зменшити витрати, персоналізувати послуги та забезпечити цілодобову підтримку клієнтів. Серед таких інновацій можемо назвати використання цифрових, інклюзивних і економічних технологій у туризмі. Узагальнення зарубіжного досвіду дозволить імплементувати кращі практики

у вітчизняну туристичну сферу, що підвищить рівень її конкурентоздатності в європейському та світовому просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання використання інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму привертає увагу багатьох зарубіжних та вітчизняних учених.

Зокрема, цифровізацію туристичних послуг досліджували Д. Бухаліс та Ю. Сінарта [1], які розглядали питання співтворчості в реальному часі

та миттєвих послуг у туризмі та готельному бізнесі. У. Гретцель, М. Сігала, З. Сянґ та К. Ку [3] заклали основи концепції розумного туризму та його розвитку на базі електронних ринків. Б. Нойхофер, Д. Бухаліс та А. Ладкін [6] досліджували використання розумних технологій для персоналізації досвіду в готельній сфері.

Технологічні аспекти розвитку туристичної галузі вивчали К. Ку, С. Шін, У. Гретцель, У. Хантер та Н. Чунг [5], які концептуалізували поняття конкурентоспроможності розумних туристичних дестинацій. М. Сігала [8] аналізувала нові технології в туризмі з точки зору міждисциплінарного та антидисциплінарного підходів. Міжнародні організації також приділяють значну увагу цій проблематиці. Європейська комісія розробила Стратегію цифрового туризму для Європи [2], ОЕСР опублікувала звіт про тенденції та політики в туризмі [7], а Всесвітня туристична організація підготувала глобальний звіт про системи підтримки соціального туризму [12]. Національні туристичні агентства також роблять вагомий внесок у розвиток цього напрямку. Туристичне агентство Японії розробило програму досконалості «Омотенаши» [4], Рада з туризму Сінгапуру реалізує ініціативу розумного туризму [9], а Швейцарська туристична федерація створила професійні стандарти в туристичних послугах [10]. Проблеми інклюзивного туризму розглядає Асоціація туристичної індустрії Канади [11], яка розробила посібник з кращих практик доступного туризму.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на значний доробок наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених щодо висвітлення зарубіжного досвіду соціального супроводу клієнтів у сфері туризму, проблема використання інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму залишається поки що малодослідженою.

Тому **метою статті** стало узагальнення зарубіжного досвіду використання інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукової літератури [1–12], а також відкритих джерел у сфері туризму на глобальному рівні дозволив нам визначити низку інновацій щодо соціального супроводу клієнтів у різних країнах світу. Серед них – цифрові, інклюзивні й економічні технології соціального супроводу клієнтів у сфері туризму. Схарактеризуємо їх, спираючись на різні джерела.

Цифрові технології соціального супроводу клієнтів у сфері туризму. Серед цифрових соціального супроводу клієнтів у сфері туризму інноваційними на сьогодні можна назвати мобільні додатки, чат-боти, віртуальних асистентів / консьєржів / гідів, додатки віртуальної і доповненої реальності, блокчейн-платформи та ін., які стали основним інструментом взаємодії з туристами у більшості розвинених країн [3;8].

Так, мобільні додатки забезпечують цілодобовий доступ до інформації, можливість швидкого бронювання послуг, навігацію, переклад та службу підтримки [9]. У Швейцарії розроблено додаток «MySwitzerland», що поєднує навігацію, бронювання, інформацію про погоду, транспорт та службу підтримки в єдиній платформі. Додаток використовує геолокацію для надання персоналізованих рекомендацій та може працювати в офлайн-режимі [10].

Австралійський додаток «Tourism Australia» включає функції доповненої реальності, що дозволяють туристам отримувати додаткову інформацію про визначні пам'ятки, просто направивши камеру смартфона на об'єкт. Додаток також інтегрований з соціальними мережами, що дозволяє туристам ділитися своїми враженнями та отримувати рекомендації від інших мандрівників.

Ісландський додаток «112 Iceland» поєднує туристичну інформацію з функціями безпеки. Додаток дозволяє туристам повідомляти про свої маршрути, отримувати попередження про погодні умови та викликати допомогу у випадку необхідності. Система також відстежує місцезнаходження туристів у віддалених районах та може автоматично повідомляти рятувальні служби у випадку відсутності зв'язку протягом тривалого часу.

Чат-боти та віртуальні асистенти використовуються для миттєвого реагування на запити туристів та надання базової інформації [1]. Ісландія впровадила систему «Ask Guðmundur» – віртуального гіда, що надає персоналізовані рекомендації на основі аналізу переваг користувача, погодних умов та поточних подій. Система використовує обробку природної мови та машинне навчання для постійного покращення якості відповідей.

Французька готельна мережа Accor розробила віртуального консьєржа «Джеймс», що може допомогти з бронюванням ресторанів, замовленням транспорту, пошуком розваг та відповідями на загальні питання. Система інтегрована з різними сервісами та може виконувати складні завдання, такі як планування маршрутів або організація сюрпризів для особливих подій.

KLM Royal Dutch Airlines розробила віртуального асистента «BB» (Blue Bot), що допомагає пасажирам на всіх етапах подорожі: від бронювання квитків до отримання інформації про рейси та багаж. Бот може обробляти складні запити та передавати складні випадки людським операторам.

Штучний інтелект використовується для аналізу поведінки туристів, прогнозування їхніх потреб та персоналізації послуг [5]. Система «Amadeus AI» аналізує дані про попередні подорожі, переваги та поведінку клієнтів для створення індивідуальних пропозицій. Алгоритми машинного навчання дозволяють виявляти закономірності у виборі туристів та прогнозувати їхні майбутні потреби.

Готельна мережа Hilton використовує систему «Connie», робота-консьєржа на базі штучного інтелекту IBM Watson. Connie може відповідати на запити про готельні послуги, місцеві визначні пам'ятки та рекомендувати ресторани. Система постійно навчається на основі взаємодії з гостями та покращує якість відповідей.

Airbnb використовує алгоритми машинного навчання для аналізу переваг користувачів та рекомендації найбільш підходящого житла. Система враховує попередні бронювання, відгуки, локацію та багато інших факторів для створення персоналізованих рекомендацій [6].

Технології доповненої реальності застосовуються для створення інтерактивних екскурсій та культурних програм [3]. Італія активно використовує AR-технології для популяризації історичних пам'яток, дозволяючи туристам «побачити» давні споруди у їхньому первозданному вигляді або отримати додаткову інформацію про експонати музеїв. Проект «Rome Reborn» дозволяє туристам здійснити віртуальну подорож Стародавнім Римом за допомогою AR-окулярів.

Іспанія розробила AR-додаток для музею Прадо, що дозволяє відвідувачам отримувати детальну інформацію про картини, біографії художників та історичний контекст творів. Dodatok також пропонує персоналізовані маршрути на основі інтересів відвідувача.

Німеччина впровадила AR-тури по Берлінській стіні, що дозволяють туристам «побачити» місто під час холодної війни та зрозуміти історичний контекст подій. Туристи можуть використовувати смартфони або спеціальні окуляри для отримання immersive досвіду.

Технології віртуальної реальності використовуються для попереднього ознайомлення з туристичними дестинаціями та тренінгу персоналу. Великобританія створила VR-тури по найвідоміших замках та музеях, що дозволяє потенційним туристам «відвідати» ці місця перед плануванням подорожі. Такий підхід допомагає туристам приймати більш обґрунтовані рішення та зменшує ризик незадоволеності послугами.

Перу використовує VR-технології для віртуальних турів по Мачу-Пікчу, що особливо важливо з огляду на обмеження кількості відвідувачів цієї історичної пам'ятки. Туристи можуть отримати повноцінний досвід відвідування без фізичної присутності, що зменшує навантаження на об'єкт світової спадщини.

Блокчейн-технології впроваджуються для забезпечення безпеки транзакцій та зберігання персональних даних туристів [2]. ОАЕ розробили блокчейн-платформу для туристичної галузі, що дозволяє безпечно зберігати інформацію про переваги клієнтів, історію подорожей та медичні дані, забезпечуючи при цьому повну конфіденційність.

Естонія впровадила блокчейн-систему для туристичної ідентифікації, що дозволяє туристам безпечно зберігати свої документи та персональні дані в цифровому форматі. Система забезпечує швидке проходження контролю в аеропортах та готелях.

Інтернет речей (IoT) використовується для створення «розумних» готелів та туристичних об'єктів [5; 9]. Номери обладнані датчиками, що автоматично регулюють температуру, освітлення та інші параметри відповідно до переваг гостей. Система також може відстежувати рівень задоволеності клієнтів та автоматично повідомляти персонал про необхідність втручання.

Готелі мережі Marriott впроваджують «розумні номери», де гості можуть керувати всіма системами через мобільний додаток або голосові команди. Системи можуть запам'ятовувати переваги гостей та автоматично налаштовувати параметри при наступних відвідуваннях.

Барселона використовує IoT-датчики для моніторингу туристичних потоків та оптимізації роботи громадського транспорту. Система допомагає уникати переповненості популярних туристичних локацій та рівномірно розподіляти відвідувачів по місту.

Отже, цифрові технології соціального супроводу клієнтів роблять туристичну сферу зручною, мобільною, максимально наближену до індивідуальних потреб кожного клієнта.

Інклюзивні технології соціального супроводу клієнтів у сфері туризму. Прогресивні країни приділяють особливу увагу забезпеченню доступності туристичних послуг для осіб з особливими потребами, літніх людей та інших вразливих груп населення. Соціальна інклюзивність стала невід'ємною частиною сучасного підходу до соціального супроводу у туризмі [11].

Скандинавські країни розробили найбільш комплексні стандарти універсального дизайну туристичної інфраструктури. Швеція впровадила національну програму «Туризм для всіх», що включає адаптацію транспортної інфраструктури, готелів, ресторанів та туристичних об'єктів для людей з різними формами інвалідності. Програма також передбачає спеціальну підготовку персоналу для роботи з людьми з особливими потребами [10].

Норвегія створила мережу «доступних маршрутів», що включають не лише фізично доступні об'єкти, але й спеціальні послуги супроводу, адаптовані екскурсії та технічні засоби для людей з порушеннями зору та слуху. Норвезькі національні парки обладнані спеціальними стежками для людей на інвалідних візках та тактильними картами для людей з порушеннями зору.

Данія розробила систему сертифікації туристичних об'єктів за рівнем доступності. Сертифікат «Доступний туризм» отримують заклади, що відповідають строгим критеріям фізичної доступності,

мають підготовлений персонал та надають спеціальні послуги для людей з інвалідністю.

Фінляндія впровадила програму «Accessible Finland», що включає спеціальні туристичні продукти для людей з різними формами інвалідності. Програма охоплює не лише фізичну доступність, але й когнітивну доступність для людей з розладами аутистичного спектру та деменцією.

Канада запровадила комплексні програми підготовки персоналу для роботи з туристами з інвалідністю [11]. Програма «Accessible Tourism Training» включає курси з комунікації з людьми різних категорій інвалідності, використання допоміжних технологій та створення інклюзивного середовища. Канадські туроператори також розробили спеціальні турпакети для різних груп людей з особливими потребами.

Ванкувер створив програму «Adaptive Adventures», що пропонує спеціально адаптовані види активного туризму для людей з інвалідністю. Програма включає адаптивні лижні школи, програми водних видів спорту та гірського туризму з використанням спеціального обладнання.

Австралія створила спеціальні маршрути та послуги для людей похилого віку. Програма «Senior-Friendly Tourism» включає адаптовані екскурсії з повільним темпом, додаткові перерви, спеціальне харчування та медичний супровід. Австралійські готелі пропонують спеціальні номери з підвищеним рівнем комфорту та безпеки для літніх туристів.

Сідней запровадив програму «Golden Years Tourism», що включає спеціальні тури для людей похилого віку з урахуванням їхніх фізичних можливостей та інтересів. Програма також передбачає спеціальні знижки та додаткові послуги підтримки.

Нідерланди розвинули концепцію «сенсорного туризму» для людей з порушеннями зору. Музеї та туристичні об'єкти обладнані тактильними експонатами, аудіогідами з детальними описами та спеціальними маршрутами з тактильним покриттям. Також розроблено спеціальні програми для людей з деменцією та іншими когнітивними порушеннями.

Амстердам створив «сенсорні тури» для людей з порушеннями зору, що включають можливість доторкнутися до спеціально підготовлених експонатів, детальні аудіозаписи та навіть ароматичні компоненти для кращого сприйняття культурних об'єктів.

Японія запровадила технології, що допомагають іноземним туристам з мовними бар'єрами [4]. Система автоматичного перекладу у реальному часі дозволяє туристам спілкуватися з місцевим населенням та персоналом, а спеціальні піктограми та візуальні засоби комунікації забезпечують розуміння основної інформації без знання мови.

Токіо розробив універсальні піктограми для Олімпійських ігор 2020, що стали стандартом для інших міст. Ці символи допомагають туристам орієнтуватися незалежно від знання місцевої мови.

Великобританія впровадила програми «Hidden Disabilities», що навчають персонал туристичної галузі розпізнавати та надавати допомогу людям з невидимими формами інвалідності, такими як аутизм, епілепсія або хронічні захворювання.

Отже, використання інклюзивних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму дозволять зробити туристичні послуги доступними для всіх категорій громадян, зокрема з особливими потребами.

Економічні технології соціального супроводу клієнтів у сфері туризму. Інвестиції в систему соціального супроводу мають значний економічний ефект для туристичної галузі та економіки країни в цілому [7; 12]. Зарубіжний досвід демонструє, що якісний соціальний супровід сприяє збільшенню тривалості перебування туристів, підвищенню їхніх витрат та формуванню лояльності до дестинації.

Дослідження, проведені в Швейцарії, показали, що інвестиції в підвищення якості соціального супроводу окупаються протягом 2-3 років за рахунок збільшення кількості повторних відвідувань та позитивних рекомендацій [10]. Швейцарські туристичні регіони, що впровадили комплексні програми соціального супроводу, демонструють на 15-20% вищі доходи від туризму порівняно з регіонами, що не мають таких програм.

Економічний аналіз показав, що кожен швейцарський франк, інвестований у підготовку персоналу для соціального супроводу, приносить 3.5 франка додаткового доходу від туризму протягом трьох років.

Сінгапур інвестував понад 500 мільйонів доларів у розвиток цифрової інфраструктури для туризму, включаючи системи соціального супроводу [9]. Ці інвестиції дозволили збільшити кількість туристів на 25% та середні витрати туриста на 18% протягом п'яти років. Особливо значний ефект спостерігався у сегменті бізнес-туризму, де якісний соціальний супровід є критично важливим.

ROI (повернення інвестицій) сінгапурських технологічних проєктів у туризмі склав 340% протягом п'яти років.

Нова Зеландія розрахувала, що кожен долар, інвестований у підготовку персоналу для соціального супроводу, приносить 4-5 доларів додаткового доходу від туризму. Це пов'язано з тим, що кваліфікований персонал здатен краще задовольняти потреби туристів, пропонувати додаткові послуги та створювати позитивний досвід, що стимулює повторні відвідування.

Дослідження також показало, що туристи, які отримали якісний соціальний супровід, витрачають в середньому на 30% більше коштів під час відвідування.

Франція провела дослідження впливу якості соціального супроводу на імідж туристичної

дестинації. Результати показали, що регіони з високим рівнем соціального супроводу отримують на 30% більше позитивних відгуків у соціальних мережах та туристичних платформах, що суттєво впливає на привабливість дестинації для потенційних туристів.

Економічний ефект від покращення онлайн-репутації оцінюється у 12-15% зростання туристичних прибутків протягом наступного року.

Японія інвестувала 2 мільярди ієн у програми підготовки персоналу до Олімпійських ігор 2020, включаючи програми соціального супроводу [4]. Ці інвестиції привели до довгострокового покращення якості туристичних послуг та збільшення кількості іноземних туристів на 40% порівняно з доолімпійським періодом.

Канада розрахувала, що інвестиції у програми інклюзивного туризму приносять не лише соціальний, але й значний економічний ефект [11]. Ринок доступного туризму оцінюється у 58 мільярдів доларів щорічно лише в Північній Америці.

Австралія встановила, що туристи, які подорожують з людьми з інвалідністю, в середньому витрачають на 20% більше коштів та залишаються на 15% довше, ніж середньостатистичні туристи.

Отже, впровадження гнучких економічних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму дозволяють країнам отримати значні прибутки від туристичного бізнесу, зменшуючи при цьому витрати на туризм населення і роблячи туризм для нього привабливою сферою.

Висновки. Зарубіжний досвід використання інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму демонструє різноманітність підходів та моделей і свідчить про постійний розвиток туристичних сервісів.

Технологічні інновації відіграють все більшу роль у соціальному супроводі, включаючи мобільні додатки з функціями персонального асистента, чат-боти та віртуальні консьєржі, системи штучного інтелекту для прогнозування потреб туристів, технології доповненої та віртуальної реальності для створення immersive досвіду, інтернет речей для автоматизації готельних та туристичних послуг, блокчейн-технології для забезпечення безпеки та прозорості транзакцій. Однак успішне впровадження технологій потребує збалансованого підходу, що враховує важливість людського контакту та емоційної підтримки туристів.

Використання інклюзивних технологій стало невід'ємною частиною сучасного туризму, що потребує адаптації інфраструктури, підготовки персоналу та розробки спеціальних послуг для людей з особливими потребами, літніх туристів та інших вразливих груп. Провідні країни демонструють, що інвестиції в інклюзивний туризм мають не лише соціальну цінність, але й приносять значний економічний ефект.

Упровадження економічних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму забезпечує високу рентабельність інвестицій у соціальний супровід, що проявляється у збільшенні тривалості перебування туристів, підвищенні їхніх витрат, формуванні лояльності до дестинації та покращенні онлайн-репутації. Особливо високий економічний ефект спостерігається у сегментах преміум-туризму та бізнес-подорожей.

Перспективи розвитку соціального супроводу в туризмі за кордоном пов'язані з подальшою технологізацією галузі, розвитком штучного інтелекту та автоматизації, але при збереженні ключової ролі людського фактора у створенні емоційно насиченого туристичного досвіду. Майбутнє соціального супроводу лежить у гармонійному поєднанні високих технологій з традиційними цінностями гостинності та індивідуального підходу до кожного туриста.

Подальшому дослідженню будуть підлягати механізми імплементації кращого зарубіжного досвіду використання інноваційних технологій соціального супроводу клієнтів у сфері туризму в українські реалії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Buhalis D., Sinarta Y. Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2019. № 36(5). С. 563–582. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10548408.2019.1592059>
2. European Commission. Digital Tourism Strategy for Europe: Building Resilience and Innovation. Brussels : EU Publications Office. 2023. URL: https://transport.ec.europa.eu/tourism/transition-eu-tourism/digital-transition-tourism_en
3. Gretzel U., Sigala M. Xiang, Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*. 2015. № 25(3). С. 179–188. URL: https://www.researchgate.net/publication/280719315_Smart_tourism_foundations_and_developments
4. Japan Tourism Agency. Omotenashi Excellence Program: Guidelines for International Tourism Services. Tokyo : JTA Press. 2024. URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2025/84/part_1/29.pdf
5. Koo C., Shin S., Gretzel U. Hunter W., Chung N. Conceptualization of smart tourism destination competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information Systems*. 2016. № 26(4). С. 561–576. URL: https://www.researchgate.net/publication/314264576_Conceptualization_of_Smart_Tourism_Destination_Competitiveness
6. Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*. 2015. № 25(3). С. 243–254. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0182-1>
7. OECD. Tourism Trends and Policies 2023: Digital Transformation and Sustainability. Paris: OECD Publishing. 2023. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_80885d8b-en.html

8. Sigala M. New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*, 2018. № 25. С. 151–155. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973617301435>

9. Singapore Tourism Board. Smart Tourism Initiative: Technology Integration in Visitor Services. Singapore : STB Publications. 2024. URL: <https://www.stb.gov.sg/learning-resources/tcube/2024-s-most-important-travel-tech-trends/>

10. Swiss Tourism Federation. Professional Standards in Tourism Services: Swiss Model of Excel-

lence. Bern : STF Academic Press. 2023. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/swiss-tourism-2023>

11. Tourism Industry Association of Canada. Accessible Tourism Best Practices Manual: Inclusive Service Delivery. Ottawa : TIAC Publications. 2023. URL: https://tiac-aitc.ca/_Library/Resources/TIAC-Annual-Report-2023.pdf

12. World Tourism Organization. Global Report on Social Tourism Support Systems: International Best Practices. Madrid : UNWTO Publications. 2024. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/diae2024d6_en.pdf

Дата першого надходження рукопису до видання: 12.08.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 15.09.2025

Дата публікації: 24.09.2025