

Структурне економічне зростання туристичної галузі України залежить від комплексного впровадження інноваційного менеджменту в операційну та стратегічну архітектуру підприємств. Найбільший очікуваний економічний ефект формують саме синхронні цифрові та управлінські інновації, інтегровані в КРІ підприємств і підтримані регіональними координаційними платформами та міжсекторними партнерствами.

Список використаних джерел

1. Hjalager A-M. Tourism innovation research: a review of research contributions. *Tourism Management*. 2010. Vol. 31(1). P. 1–12. URL: <https://www.egcut.ir/wp-content/uploads/2019/08/3.pdf> (дата звернення 02.12.2025)
2. Organisation for Economic Co-operation and Development. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4th ed. Paris: OECD, 2018. 258 p. URL: <https://repositorio.minciencias.gov.co/handle/20.500.14143/49932> (дата звернення 08.12.2025)
3. Zaytseva V. M., Tsviliy S. M., Demko V. S., & Klopov I. O. Internalization of the investment environment in the international tourism industry. *Apuntes del CENES*. 2024. Vol. 43(78). P. 43-75. <https://doi.org/10.19053/uptc.01203053.v43.n78.2024.16971>
4. Zbarsky V. K., Prystemskyi O. S., Konovalenko A. S., Demko V. S., Skidanov O. A. Safe Development of the Tourism Industry in the European Space. *Revista Rivar*. 2023. Vol. 10, № 29. P. 135–154. <https://doi.org/10.35588/rivar.v10i30.5686>

УДК 338.48:004.9

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У СМАРТ-ТУРИЗМІ: КОНЦЕПЦІЇ, ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Демко В. С.

кандидат економічних наук, доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,
м. Запоріжжя, Україна
ORCID: 0000-0001-6456-8795

Матяш Л. А.

здобувачка освітнього ступеня магістра,
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,
м. Запоріжжя, Україна

У сучасному глобалізованому світі туризм трансформується під впливом цифрових технологій, змін клімату, зростаючих очікувань споживачів та потреби у сталому розвитку. Концепція смарт-туризму, що базується на інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), аналітики даних, інклюзивності та екологічної відповідальності, стає ключовим напрямом розвитку туристичних дестинацій. У цьому контексті управління якістю туристичних послуг набуває нових вимірів, адже якість визначається не лише комфортом і безпекою, а й цифровим досвідом, персоналізацією, доступністю та екологічною ефективністю.

Незважаючи на активне впровадження смарт-рішень у туристичній галузі, існує дефіцит системних підходів до оцінювання якості в умовах цифрової трансформації. Відсутність уніфікованих стандартів, складність інтеграції даних з різних джерел, а також потреба в адаптації міжнародного досвіду до локальних умов зумовлюють необхідність наукового осмислення проблеми. Дослідження концепцій, технологій та методів оцінювання якості у смарт-туризмі є важливим кроком до формування ефективної системи управління, орієнтованої на сталий розвиток і задоволення потреб сучасного туриста.

Мета дослідження: проаналізувати концепції, технології та методи оцінювання якості у смарт-туризмі з урахуванням міжнародного досвіду та сучасних викликів цифрової трансформації.

Смарт-туризм — це модель розвитку туристичних дестинацій, що передбачає використання цифрових технологій (IoT, Big Data, AI, мобільні додатки) для створення інноваційного, сталого та персоналізованого туристичного досвіду. Управління якістю в цьому контексті виходить за межі класичних підходів і включає цифрову взаємодію, емоційний комфорт, екологічну відповідальність та інклюзивність.

Основою управління якістю є концепція TQM (Total Quality Management), яка передбачає залучення всіх учасників процесу до постійного вдосконалення послуг. У сфері туризму також активно застосовуються стандарти ISO 9001, ISO 14001, ISO 18513, а також моделі EFQM та Green Key.

У Європі активно впроваджується концепція Smart Tourism Destination (STD), підтримувана Європейською комісією. Прикладами є Барселона, Гельсінкі, Любляна, які інтегрують цифрові сервіси, відкриті дані, стали мобільність та інклюзивність. У Південній Кореї та Японії активно використовуються сенсорні мережі для моніторингу туристичних потоків і задоволеності клієнтів.

Методи оцінювання якості включають: інструменти цифрового зворотного зв'язку (онлайн-опитування, QR-коди, мобільні додатки); індекси задоволеності туристів (Tourist Satisfaction Index); аналіз великих даних (відгуки, соціальні мережі, GPS-дані); системи сертифікації (Green Globe, ISO, Q-label).

Управління якістю у смарт-туризмі має бути адаптивним, динамічним і прозорим. Важливо поєднувати кількісні та якісні методи оцінювання, враховувати культурні особливості, цифрову грамотність туристів та рівень розвитку інфраструктури. В Україні перспективним є впровадження локальних смарт-ініціатив у містах з туристичним потенціалом (Львів, Київ, Кам'янець-Подільський), з опорою на міжнародні стандарти та партнерства.

Смарт-туризм формує нові вимоги до управління якістю, що охоплюють цифрову трансформацію, сталий розвиток та персоналізований досвід. Ефективне управління якістю вимагає інтеграції міжнародних стандартів, використання цифрових інструментів оцінювання та залучення всіх стейкхолдерів до процесу вдосконалення.

Адаптивна модель оцінювання якості у смарт-туризмі ґрунтується на поєднанні цифрових технологій, орієнтованості на туриста, екологічної відповідальності та інклюзивності. Її ключова властивість — динамічна адаптація індикаторів та вагових коефіцієнтів залежно від типу дестинації (міська, природоохоронна, рекреаційна), інтенсивності туристичних потоків та змін зовнішнього середовища (табл. 1).

Модель працює за принципом замкненого циклу управління: моніторинг → аналіз → адаптація → управлінське рішення → новий моніторинг, забезпечуючи постійне удосконалення якості туристичного продукту.

дестинації через комплексне оцінювання трьох груп чинників: технологічних, соціальних та екологічних. Індекс формується на основі нормалізованих показників, зважених за значущістю, і дає можливість отримати порівняльну картину конкурентоспроможності дестинацій.

Структурно STQI складається з трьох субіндексів:

- Tech-Q — характеризує рівень цифрових сервісів, інтелектуальної інфраструктури, відкритих даних, автоматизації та інтерактивності послуг.
- Soc-Q — відображає соціальну якість: рівень безпеки, доступності, інклюзивності, культурної автентичності та задоволеності туристів.
- Eco-Q — оцінює ступінь екологічної сталості: ефективність ресурсокористування, навантаження на довкілля, управління відходами та екологічну відповідальність бізнесу.

Структура адаптивної моделі оцінювання якості у смарт-туризмі

Блок моделі	Зміст оцінювання (індикатори)	Роль у підвищенні якості та конкурентоспроможності destinations
1. Технологічний блок (Smart Infrastructure & Services)	<ul style="list-style-type: none"> Рівень цифровізації послуг (онлайн-сервіси, AR/VR, мобільні гіді) Якість цифрової інфраструктури (інтернет, сенсори, навігація) Інтеграція даних у реальному часі (моніторинг потоків, завантаженість територій) Використання big data та AI для персоналізації Кібербезпека і захист даних 	Забезпечує комфорт і швидкість обслуговування, знижує транзакційні витрати, створює конкурентні переваги, підвищує привабливість для міжнародних та молодіжних туристів, зменшує ризики перевантаження територій.
2. Соціальний блок (Inclusive & Community-Oriented Smart Tourism)	<ul style="list-style-type: none"> Участь місцевих громад в управлінні Інклюзивність та доступність послуг Якість сервісу та гостинності Соціально-економічний вплив на громади (зайнятість, малий бізнес, культурний розвиток) Система безпеки (смарт-нагляд, інформаційні сервіси) 	Сприяє формуванню соціального капіталу, створює лояльність туристів, забезпечує справедливий розподіл вигод, знижує ризик конфліктів, підтримує сталий розвиток територій.
3. Екологічний блок (Eco-Smart Responsibility)	<ul style="list-style-type: none"> Енергоефективні та низькоімпульсні технології Система управління відходами та водними ресурсами Дотримання екостандартів (GSTC, EU Ecolabel) Регулювання туристичних потоків (зонування, квоти, датчики) Екологічні індикатори (біорізноманіття, ерозія, антропогенний тиск) 	Забезпечує довгострокову екологічну стійкість, захищає природні ресурси, формує бренд відповідальної destinations, що підвищує її привабливість для екосвідомих туристів та інвесторів.

Джерело: сформовано авторами на основі дослідження

Інтегральний індекс (STQI) розраховується як зважена сума субіндексів, що дозволяє визначити баланс між технологічною інноваційністю, соціальною орієнтованістю та екологічною відповідальністю. Підсумкове значення якості визначається за формулою інтегрального індексу:

$$STQI = \sum (W_i \times I_i) \quad (1)$$

де: W_i — ваговий коефіцієнт показника,

I_i — значення індикатора.

Індекс відображає загальний рівень якості та конкурентоспроможності destinations.

STQI забезпечує можливість моніторингу динаміки розвитку, визначення «вузьких місць» та формування стратегічних рішень для підвищення якості туристичної пропозиції в умовах смарт-туризму.

Впровадження адаптивної моделі оцінювання якості у смарт-туризмі формує комплексний позитивний ефект для ключових стейкхолдерів туристичної системи — destinations, туристів та місцевих громад. Модель забезпечує збалансоване поєднання

цифрових інновацій, соціальної орієнтованості та екологічної відповідальності, що створює умови для сталого розвитку та довгострокової конкурентоспроможності.

Застосування моделі сприяє підвищенню конкурентних позицій дестинацій завдяки синергетичному впливу цифрової доступності, розвинутої інтелектуальної інфраструктури та впровадженню принципів екологічної сталості. Оптимізація туристичних потоків, навантаження на інфраструктуру та ресурсів забезпечує більш раціональне управління територією та зменшення сезонних дисбалансів. Створення позитивного іміджу «розумної» та «зеленої» дестинації підсилює бренд-різноманітність, робить територію привабливою для інвесторів та відповідальних туристів.

Модель забезпечує відчутне зростання рівня задоволеності туристів завдяки персоналізованому туристичному досвіду, підвищенню якості сервісів, інклюзивності та безпеки. Смарт-сервіси та інтелектуальні системи навігації скорочують витрати часу на пересування та пошук інформації, підвищують якість комунікації та доступність об'єктів. Турист отримує більш передбачуваний, комфортний та інтерактивний сервіс із можливістю індивідуального планування.

Для місцевих громад застосування моделі створює економічний та соціальний мультиплікаційний ефект: зростають доходи малого та середнього бізнесу, розширюються можливості зайнятості, посилюється регіональна економічна активність. Завдяки контролю за навантаженням на ресурси та зниженню негативного екологічного впливу зберігається баланс між туристичним розвитком та якістю життя мешканців. Підвищується соціальна згуртованість і розширюються можливості участі громади в управлінні туризмом.

Адаптивна модель оцінювання якості у смарт-туризмі та інтегральний індекс STQI формують ефективний інструментарій для стратегічного управління туристичними дестинаціями в умовах цифрової трансформації та глобальних викликів сталості. Її застосування забезпечує підвищення конкурентоспроможності територій, покращує туристичний досвід і створює додану вартість для місцевих громад. Комплексність моделі, поєднання кількісних та якісних показників і здатність до адаптації роблять її універсальним механізмом прийняття рішень, що сприяє досягненню балансу між економічною ефективністю, соціальним благополуччям і екологічною відповідальністю.

Список використаних джерел

1. Босовська М. Управління якістю в туризмі: теорія і практика. Академія NTO.UA. URL: <https://academy.nto.ua/qualityintourism.html> (дата звернення 16.11.2025).
2. Писарева І., Яловнича К. Сталий розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. URL: <https://economyandsociety.in.ua> (дата звернення 16.11.2025).
3. Демко В. Механізми управління якістю в туризмі: трансфер міжнародного досвіду. *Економіка та суспільство*. 2025. № 76. URL: <https://economyandsociety.in.ua> (дата звернення 16.11.2025).
4. Володіна М. Цифрові технології в українському туризмі. Київ: КНУ, 2024. URL: <https://ir.library.knu.ua> (дата звернення 16.11.2025).
5. Чепурда Л., Юрченко С. Теоретичні аспекти формування системи управління якістю на туристичних підприємствах. *Інновації та технології у сфері послуг*. 2023.
6. Косенко В. Управління якістю туристичного підприємства: дипломна робота. Київ: НАУ, 2021. URL: <https://er.kai.edu.ua> (дата звернення 16.11.2025).
7. Недомовна Ю. Управління якістю послуг в туристичному підприємстві. Вінниця: ВНАУ, 2018. URL: <http://socrates.vsau.org> (дата звернення 16.11.2025).