
**ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ
НА ПРИКЛАДІ ПІДЛЯСЬКОГО ВОЄВОДСТВА
РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА**

Мороз Юрій, Мороз Іванна

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-646-1-3>

ВСТУП

Динамічний розвиток туристичної сфери та зростаюча турбота споживачів про природне середовище та власне здоров'я зумовлюють те, що впровадження принципів сталого розвитку стає дедалі важливішим для досягнення конкурентної переваги у туризмі. Сталий туризм, що враховує екологічні, оздоровчі, соціальні та економічні аспекти¹ [Kowalczyk, 2010, с. 118], вимагає від туристичної сфери мінімізації негативного впливу на довкілля при одночасному збереженні високого стандарту послуг, зокрема і рекреаційного характеру. Підляське воєводство Республіки Польща, з огляду на його унікальне природне та культурне багатство, має значний потенціал для розвитку туризму відповідно до ідеї сталого розвитку.

Головною метою дослідження є визначення ролі інновацій у туристичній сфері в контексті сталого туризму на прикладі готельних закладів розміщення, що надають послуги на території Підляського воєводства Республіки Польща. Дослідницькі пошуки зосереджені на реалізації таких конкретних цілей:

1) Ідентифікація інновацій, впроваджених у закладах розміщення.

2) Оцінка впливу окремих категорій, видів інновацій на сталий розвиток.

3) Діагностика перешкод і можливостей, пов'язаних з їх впровадженням.

У дослідженні застосовано міждисциплінарний підхід із використанням методологічної триангуляції, що поєднує якісні та кількісні методи. Використано діагностичне опитування серед керівного складу 20 закладів розміщення, а також аналіз кейсів готелів, які впроваджують найкращі

¹ Kowalczyk A. Zagospodarowanie Turystyczne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warsaw, 2010, С. 118

практики сталого розвитку. Такий підхід дає змогу комплексно оцінити ситуацію, зробити висновки та сформулювати рекомендації для розвитку туристичної галузі відповідно екологічних, оздоровчих, соціальних та економічних аспектів розвитку туризму.

1. Аналіз існуючої проблематики інновацій в сталому туризмі

Огляд літературних джерел дозволяє констатувати зростаючий інтерес до ролі інновацій у готельній галузі, які можна вважати ключовим елементом, що впливає на конкурентоспроможність і ефективність функціонування готелів. Водночас визначення терміна «інновація» є гнучким і залежить від дослідницького підходу. На думку Й. Кордоса, інновація – це новий або вдосконалений продукт чи процес, або їх комбінація, що суттєво відрізняється від попередніх продуктів чи процесів певної організації і який був представлений потенційним користувачем продукту або запроваджений у використання самою організацією². Натомість Е. Гварда-Грушчинська підкреслює, що інновації охоплюють не лише нові продукти чи процеси, але й організаційні та маркетингові методи, впроваджені у відповідь на потреби ринку³. Обидва визначення продовжують концепцію Й.А. Шумпетера, якого називають «батьком теорії інновацій»⁴.

Значення інновацій для розвитку туристичних підприємств досі відносно рідко ставало предметом наукових досліджень. Першовідкривачем у цій галузі вважають А.-М. Г'ялагер⁵. Досить масштабні дослідження цього явища провела Е. Шиманська^{6,7}, враховуючи не лише інноваційну діяльність закладів розміщення, а й підприємств, що надають гастрономічні послуги⁸. Інноваційність готельної справи відзначив також Р. Руневич, визначаючи її як практичне застосування ідей для отримання вимірюваних результатів у вигляді покращених послуг, процесів та бізнес-моделей⁹.

² Kordos J. Innowacje i badania innowacyjności, Wiadomości Statystyczne. The Polish Statistician, 2020, C. 46-53.

³ Gwarda-Gruszczyńska E. Współczesne koncepcje innowacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2020, C. 45

⁴ Schumpeter J.A. Teoria rozwoju gospodarczego, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warsaw, 2016.

⁵ Hjalager A.M. A Review of Innovation Research in Tourism, „Tourism Management”, 31(1),2010, C. 1-12.

⁶ Szymańska E. Innowacyjne przedsiębiorstwo usługowe, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warsaw, 2021.

⁷ Szymańska E. Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok, 2009.

⁸ Szymańska E., Żukrowska K., Czerpak A. Innowacje w obliczu pandemii na przykładzie usług gastronomicznych, „Przedsiębiorstwo Przyszłości”, 1(58), 2024, C. 56-71.

⁹ Runiewicz R. Zarządzanie innowacjami, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, 2022, C. 91-109.

С. Тейлор, зі свого боку, звертає увагу на творчий аспект інновацій, розглядаючи їх як інструмент соціального та технологічного розвитку¹⁰. У літературі також наведено різні типології інновацій у готельному бізнесі – від інфраструктурних, технологічних та організаційних до маркетингових, рекреаційних, соціальних. Окремо проведено огляди інновацій та інноваційних процесів у туризмі¹¹. Ці дослідження свідчать, що інновації в туристичній сфері мають враховувати як вимоги споживачів послуг, так і актуальні екологічні, економічні, рекреаційні та соціальні проблеми.

Прагнучи до сталого розвитку, експерти й науковці дедалі частіше підкреслюють, що туристична галузь повинна інтегрувати у свою діяльність природоохоронні, рекреаційні, соціально відповідальні практики. UNWTO визначає сталий туризм як діяльність, що забезпечує баланс між економічними, соціальними, рекреаційними, екологічними аспектами¹². Натомість І. Мареха та ін. вказують, що туристична діяльність має враховувати збереження біорізноманіття, розвиток рекреаційної складової, добробут місцевих громад. Сталий туризм було оцінено представниками місцевої громади, що проживає на території Підляського воєводства та належить до покоління Z, що дозволило виявити суттєві прогалини у знаннях мешканців досліджуваної території¹³.

Численні дослідження також вказують на бар'єри у впровадженні інновацій у туристичній діяльності – від високих витрат і нестачі кваліфікованого персоналу до регуляторних обмежень та технологічних ризиків¹⁴.

Огляд літературних джерел дозволив виявити наукову прогалину, що стосується впровадження інновацій у туристичній сфері в контексті сталого туризму в регіонах з унікальною природною, рекреаційною, культурною спадщиною, таких як Підляське воєводство. Попередні аналізи зосереджувалися переважно на великих містах і великих туристичних локаціях, ігноруючи менші регіони, які можуть мати значний потенціал для розвитку сталого туризму.

¹⁰ Taylor S. What Is Innovation? A Study of the Definitions, *Open Journal of Social Sciences*, 2017, С. 128-146.

¹¹ Szymańska E., Berbel-Pineda J.-M. Innovation processes: from linear models to artificial intelligence, „*Engineering Management in Production and Services*”, 16(2024), 15-28, DOI: <https://sciendo.com/pl/article/10.2478/emj-2024-0021>

¹² UNWTO Good Practices Tourism for Development. Good Practices, vol II, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419760>

¹³ Niezgodna A., Szymańska E. Local identity and residents' attitudes towards innovation in sustainable tourism – the example of generation Z, „*Economics and Environment*”, 2(89),2024, С. 1-10, DOI: 10.34659/eis.2024.89.2.760

¹⁴ Tereshchuk N. Innovative technologies in the hospitality industry, 2022, С. 154-165.

2. Особливості використання інновацій в туристичній галузі на прикладі Підляського воєводства Республіки Польща

Предметом нашого дослідження стали практики, застосовувані закладами розміщення, що охоплюють природоохоронні заходи, рекреаційну складову, операційну ефективність та соціальну залученість. Головна дослідницька проблема стосувалась рівня залученості об'єктів у інноваційні дії, що відповідають концепції сталого туризму. Було сформульовано три дослідницькі тези:

- Більшість опитаних готелів застосовують базові рекреаційні та природоохоронні практики
- Сталий підхід у діяльності сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та відчутній економічній економії.
- Заклади з більшим досвідом роботи на ринку виявляють більшу готовність інвестувати в інновації.

Дослідження базувалось на методі діагностичного опитування із використанням анкети, що містила закриті та відкриті питання. Структура анкети складалась із чотирьох тематичних блоків. Перший блок присвячувався типам впроваджуваних інновацій (технологічних, організаційних, екологічних, рекреаційні, маркетингових). Другий блок зосереджувався на мотивах та бар'єрах, що ускладнюють їх впровадження. Третій блок оцінював результати реалізації сталих дій, такі як заощадження та покращення іміджу. Четвертий блок аналізував залученість об'єктів до впровадження принципів сталого туризму. Анкети поширювалися електронними каналами (Microsoft Forms, Google Forms) та особисто. Питання стосувалися характеристик об'єкта, типів інновацій, мотивації їх впровадження, результатів і планів розвитку.

Вибірка дослідження охоплювала 20 закладів розміщення з усього Підляського воєводства – як міських, так і сільських, серед яких готелі різних категорій, пансіонати та бутик-готелі. Респонденти були відібрані серед 267 закладів розміщення, що функціонують у досліджуваному регіоні, з яких 94 – готельні об'єкти, у тому числі 49 готелів¹⁵. Аналіз даних включав кількісні методи (описова статистика) та якісні (аналіз відкритих відповідей). Результати дозволили оцінити поточні практики сталого розвитку та сформулювати рекомендації й напрями подальших досліджень.

У межах дослідження за допомогою методу діагностичного опитування було зібрано анкети, заповнені працівниками закладів розміщення з усього Підляського воєводства. Отримані результати дозволили визначити

¹⁵ Turystyka w Województwie Podlaskim 2024, Urząd Statystyczny w Białymstoku, <https://bialystok.stat.gov.pl/opracowania-biezace/opracowania-sygnalne/sport-turystyka/turystyka-w-wojewodztwie-podlaskim-w-2024-r-2,25.html>

ступінь впровадження інноваційних рішень у сфері сталого розвитку та їхній вплив на діяльність досліджуваних об'єктів.

Перша частина анкети містила питання щодо досвіду респондентів на туристичному ринку, їхньої цільової аудиторії, а також закриті питання (з множинним та одноразовим вибором), що стосувалися ключових аспектів сталого розвитку: економічного, екологічного, рекреаційного, соціального. Додатково, у відкритому питанні, респондентів просили перерахувати впроваджені інновації.

Результати свідчать, що більшість опитаних компаній готельного сектору має значний досвід на туристичному ринку. 60% суб'єктів працюють у галузі 10 років або більше, що свідчить про їхню стабільну позицію в секторі. Ще 15% мають досвід від 5 до 10 років, а 15% – від 3 до 5 років. Лише 10% опитаних об'єктів є відносно новими, функціонуючи менше ніж 3 роки, і жоден із респондентів не вказав період роботи менший за один рік. Аналіз також показав, що компанії з більшим досвідом охочіше інвестують у сталі інновації, що вказує на зв'язок між досвідом і прагненням до розвитку та впровадження нових рішень (Рис. 1).

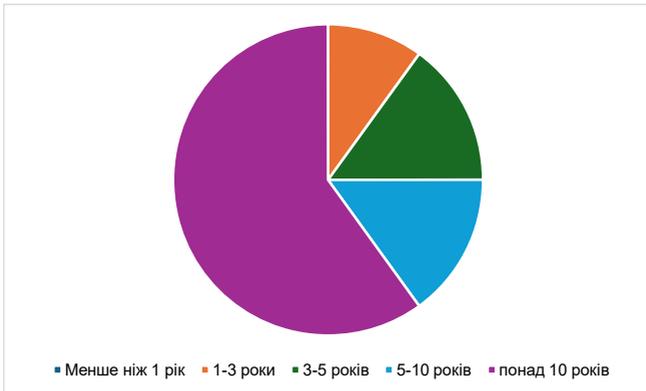


Рис. 1. Період діяльності досліджуваних об'єктів на ринку готельного бізнесу

3. Результати впливу екологічних, рекреаційних, економічних, соціальних складових інновації на розвиток сталого туризму в Підляському воєводстві

Вплив екологічних, рекреаційних, інноваційних заходів на рентабельність закладів переважно оцінюється позитивно: 50% респондентів визначили його як «скоріше позитивний», а 25% – як

«беззаперечно позитивний». Варто відзначити, що жоден із опитаних не відчув негативних наслідків таких дій, а 25% не помітили жодного впливу на фінансовий стан компанії.

Поєднуючи обидві сфери дослідження, можна стверджувати, що туристичні об'єкти активно використовують автоматизацію процесів, проте рідше застосовують інші форми оптимізації витрат. Водночас більшість учасників дослідження відзначає відчутні фінансові вигоди від впровадження сталих та інноваційних рішень. Через це існує потреба посилення інформаційно-освітніх заходів, спрямованих на популяризацію комплексних систем оптимізації у туристичному секторі.

Аналіз відповідей щодо співпраці з місцевою спільнотою показав, що домінуюча частина респондентів (39%) надає перевагу підтримці місцевої економіки через закупівлю локальних продуктів, таких як їжа та ремесла. Просування місцевих атракцій, рекреаційних послуг також досить популярне (30% голосів). Одночасно 16% опитаних обрали співпрацю з місцевими художниками та ремісниками. Найменш привабливими ініціативами виявилися організація заходів на користь розвитку і промоції регіону, а також освітні події, які набрали відповідно лише 7% і 5% голосів. Важливо підкреслити, що лише 5% респондентів не беруть участі в жодних заходах на користь місцевої спільноти, що свідчить про високий рівень соціальної відповідальності й усвідомленості у туристичній галузі.

В результаті проведеного дослідження констатуємо, що прості форми взаємодії з місцевою громадою, такі як підтримка місцевих виробників через закупівлю їх продукції, використання місцевого рекреаційного потенціалу, промоція туристичних переваг регіону використовуються значно частіше, ніж більш складні проекти, як-от організація заходів чи проведення навчальних курсів.

В екологічному аспекті сталого розвитку всі досліджувані туристичні об'єкти продемонстрували впровадження принаймні деяких проєкологічних заходів. Це свідчить, що мінімальні екологічні вимоги вже стали нормою в галузі.

Аналіз дослідження щодо екологічної освіти серед гостей показує, що 50% об'єктів обмежуються базовими формами інформування, такими як друковані матеріали або наклейки в номерах із проханням економити воду чи світло. Водночас лише 25% готелів роблять крок далі, організовуючи заходи чи освітні кампанії з екологічної тематики. Чверть готелів взагалі не проводить жодних освітніх активностей у цьому напрямку. Хоча базові проєкологічні ініціативи вже міцно увійшли у практику туристичної галузі, все ще існує багато можливостей для впровадження передових технологій і комплексного підходу до екологічної освіти.

Щодо впровадження та видів інновацій, виявилось, що протягом останніх трьох років досліджувані готельні компанії реалізували інноваційні рішення у широкому спектрі сфер. Водночас найбільшу увагу приділено енергоефективності, що підтверджує домінування «зеленого» тренду в галузі.

Варто зауважити, що 2 з 20 досліджуваних об'єктів (10%) не впровадили жодних інновацій за досліджуваний період. Решта показали впровадження рішень, як правило, у кількох сферах. Як видно з дослідження, інновації в досліджуваних готельних закладах розвиваються наразі за трьома основними напрямками:

- a) Екологія, рекреація, енергоефективність (екологічна інновація);
- b) цифровізація процесу обслуговування клієнтів (організаційна, керівна інновація);
- c) оптимізація маркетингової діяльності (маркетингова інновація).

Ключовим фактором, що мотивує компанії до сталого розвитку, є внутрішня ініціатива керівного складу. Це підкреслює залученість менеджменту готелів до соціальної відповідальності бізнесу, використання рекреаційного потенціалу, екологічна свідомість. Крім того, зростаючий попит споживачів на екологічно дружні варіанти проживання та чинні екологічні стандарти мають істотний вплив на процес прийняття рішень. Респонденти, які брали участь у інтерв'ю, зазначили, що такі дії спрямовані також на зниження операційних витрат, що підтверджує: інвестування у сталий розвиток може принести відчутні фінансові вигоди. Що цікаво, жоден з респондентів не вказав зростаючу конкуренцію як рушійну силу, що може свідчити про те, що цей аспект ще не вважається ключовим для досягнення ринкової переваги (Рис. 2).

Аналіз результатів показує, що більшість респондентів відзначили позитивні зміни у іміджі підприємства завдяки вжитим заходам (див. рисунок 3). Економічні вигоди від інвестування у сталу практику підтверджують можливість зменшення операційних витрат завдяки реалізованим заходам. Крім того, деякі відповіді свідчать про зростання споживчого попиту, що безпосередньо впливає на фінансові показники. Деякі респонденти зазначили отримання підтримки від місцевої спільноти, а також грантів і нагород, що вказує на можливість здобуття додаткових іміджевих та фінансових переваг. Невелика кількість респондентів не відчула позитивних ефектів від своїх дій.

Аналіз впливу сталих практик на функціонування туристичних об'єктів показав, що учасники по-різному сприймали переваги впровадження таких практик. Середня оцінка впливу практик на позитивне сприйняття об'єктів становила 3,60 за 5-бальною шкалою, що свідчить про помірно



Рис. 2. Мотивації до впровадження практик сталого розвитку в туристичних об'єктах

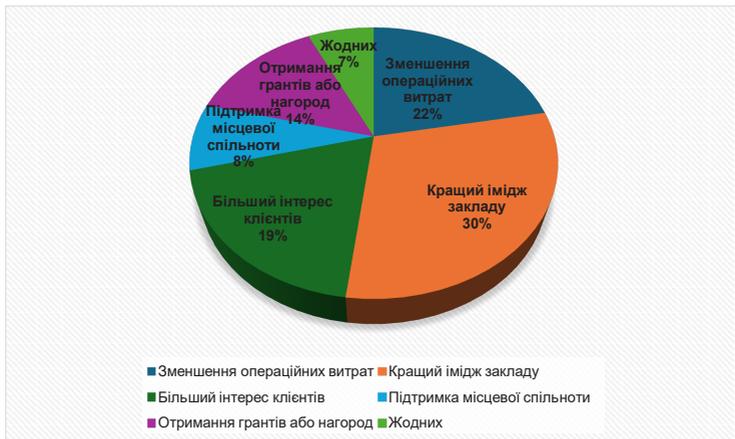


Рис. 3. Ефекти впровадження практик сталого розвитку в туристичних закладах

Джерело: власна розробка на основі проведених досліджень

позитивну оцінку. Були висловлені різні думки щодо економічних вигод від сталих практик (середня оцінка 3,35), що не дозволяє зробити однозначні висновки про безпосередній економічний ефект. Трохи вище був оцінений вплив на конкурентоспроможність (3,40), що ймовірно пов'язано зі зростаючим значенням сталого розвитку. Найвищу оцінку

отримала готовність до подальшого розвитку сталих практик (4,10). Це вказує на усвідомлення потреби довгострокових інвестицій у цьому секторі, навіть при помірних оцінках поточних результатів.

Підсумовуючи, результати, отримані під час дослідження свідчать, що:

- Впровадження сталих практик має більший вплив на позитивне ставлення споживачів туристичних послуг і ринкову репутацію, ніж на економічні показники.

- Оскільки споживачі лише починають формувати своє ставлення до сталого розвитку, його вплив на споживчі вибори поки що обмежений.

- Туристична галузь зацікавлена у подальшому розвитку сталих практик, незважаючи на поточні обмеження щодо їх ефективності та соціального сприйняття.

ВИСНОВКИ

Проведені дослідження доводять, що інноваційність є невід'ємною частиною процесу впровадження принципів сталого туризму в Підляському воєводстві. Результати підтверджують, що всі досліджені об'єкти вже зробили принаймні базові кроки в напрямку відповідальності сталого розвитку, що свідчить про закріплення мінімальних екологічних, рекреаційних, економічних, соціальних стандартів у регіональному готельному бізнесі. Ця тенденція співпадає з спостереженнями Е. Гварди-Грушчинської¹⁶, яка підкреслює, що вимоги ринку та зростаюча свідомість споживачів туристичного продукту стимулюють готелі впроваджувати принаймні базові практики сталого розвитку. Однак впровадження передових технологій значно рідше зустрічається. Це підтверджує Пантьохін¹⁷, вказуючи на фінансові та організаційні бар'єри як основні причини обмеженої інноваційності в невеликих готельних комплексах, особливо у регіонах, віддалених від великих міських центрів. Крім того, у дослідженні понад 25% респондентів не помітили відчутного позитивного впливу заходів, пов'язаних із впровадженням сучасних технологій, на фінансовий стан компанії, що може послаблювати їхню мотивацію до серйозніших інвестицій.

У соціальному вимірі готелі Підляського воєводства виявляють готовність до співпраці з місцевими жителями. Однак глибші ініціативи, що до організації заходів на користь сталого розвитку, залишаються

¹⁶ Gwarda-Gruszczyńska E. Współczesne koncepcje innowacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2020, С. 45

¹⁷ Schumpeter J.A. Teoria rozwoju gospodarczego, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warsaw, 2016.

рідкістю. Це контрастує з результатами досліджень Марех і співавторів¹⁸, які підкреслювали роль освіти у формуванні поведінки споживачів, вказуючи на не використаний потенціал у цій сфері в регіоні.

Підтвердження відповідності результатів дослідження поставленим гіпотезам є те, що:

- Більшість досліджених туристичних локацій впроваджують базові практики екологічного, рекреаційного, економічного, соціального спрямування, але викликом залишається впровадження більш складних і комплексних заходів.

- Інноваційні рішення, що застосовуються підприємствами, позитивно впливають на їхній імідж і приносять відчутні економічні вигоди.

- Існує кореляція між тривалістю роботи компанії на ринку та її здатністю впроваджувати інновації: чим довше працює компанія, тим більший її інноваційний потенціал.

Підляське воєводство характеризується помірним рівнем інноваційності в туристичній галузі. Чітко простежується перевага екологічних, рекреаційних інновацій над соціальними та організаційними. Така ситуація може бути зумовлена браком ресурсів і пріоритетним виконанням мінімальних вимог. Це підкреслює важливість забезпечення більшої підтримки, яка стимулювала б більш комплексне та багатогранне впровадження інновацій.

Проведене дослідження дозволило реалізувати всі поставлені цілі та показало, що більшість досліджуваних об'єктів здійснюють базові заходи у сфері екологічного, рекреаційного, економічного, соціального спрямування. Водночас, більш просунуті інноваційні підходи, що включають впровадження нових технологій, соціальні аспекти, рекреаційний потенціал, організаційні зміни, є менш поширеними, що зумовлено насамперед фінансовими та організаційними труднощами.

З практичної точки зору, це означає, що готельний сектор відкритий до застосування принципів сталого розвитку. Однак для повного використання цього потенціалу необхідне належне сприяння, яке включає передусім спеціалізовані консультації та доступ до фінансових ресурсів. Особливо важливо налагоджувати співпрацю у формі партнерства з місцевими органами самоврядування, та використовувати передові технологічні рішення, які мають стратегічне значення для досягнення як фінансової ефективності, так і формування позитивного іміджу компанії.

¹⁸ Szymańska E., Żukrowska K., Czerpak A. Innowacje w obliczu pandemii na przykładzie usług gastronomicznych, „Przedsiębiorstwo Przyszłości”, 1(58), 2024, С. 56-71.

З наукової точки зору, дослідження заповнює прогалину у знаннях щодо впровадження інновацій у туристичному бізнесі як у міських агломераціях, так і за межами великих міських центрів. Результати підтверджують, що інноваційність відіграє ключову роль у впровадженні принципів сталого туризму в досліджених об'єктах. Ефективність впровадження інновацій залежить від розміру готелю, наявності ресурсів та усвідомлення керівним складом важливості сталого розвитку туристичної галузі. Емпіричний аналіз, проведений у Підляському воєводстві, показав, що локальні чинники, такі як природні ресурси, рекреаційні зони, бюджетні обмеження та специфіка ринку, визначають тип впроваджуваних інновацій.

Беручи до уваги ці висновки, постає питання про розробку рекомендацій щодо проведення порівняльних досліджень у інших регіонах країни та створення єдиної моделі впровадження інновацій, яка комплексно враховувала б питання сталого розвитку та практичні реалії туристичних об'єктів.

АНОТАЦІЯ

Метою представленого дослідження є визначення ролі інновацій у готельній сфері в контексті сталого туризму. Методологія ґрунтується на принципі методологічної триангуляції та включає: огляд наукової літератури з теми, діагностичне опитування серед представників керівного складу 20 готелів, а також аналіз кейсів, що ілюструють найкращі практики у цій сфері. Об'єктом дослідження є Підляське воєводство Республіки Польща.

Результати показали, що готелі Підляського воєводства, в контексті сталого розвитку, переважно зосереджуються на екологічних ініціативах, проте здебільшого вони мають простий характер. Запровадження більш комплексних рішень, зокрема технологічних інновацій та змін у системі управління, залишається обмеженим через фінансові й організаційні бар'єри. Співпраця з місцевими громадами та просвітницька робота серед туристів у сфері сталого розвитку здійснюється на низькому рівні, а процес запровадження інновацій має неоднорідний характер.

У ході дослідження було визначено ключові чинники, що стримують розвиток сталого готельного господарства: недостатнє фінансування, низький рівень екологічної свідомості та обмежена підтримка з боку державних інституцій. Попри ці труднощі, окремі готелі демонструють потенціал і рішучість продовжувати впроваджувати практики, що відповідають принципам сталого розвитку. Підсумком дослідження стали рекомендації щодо підтримки інновацій у готельному секторі через освітні, фінансові, рекреаційні та організаційні заходи.

Литература

1. Kowalczyk A. Zagospodarowanie Turystyczne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warsaw, 2010, C. 118
2. Kordos J. Innowacje i badania innowacyjności, Wiadomości Statystyczne. The Polish Statistician, 2020, C. 46-53.
3. Gwarda-Gruszczyńska E. *Współczesne koncepcje innowacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2020, C. 45
4. Schumpeter J.A. Teoria rozwoju gospodarczego, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warsaw, 2016.
5. Hjalager A.M. A Review of Innovation Research in Tourism, „Tourism Management”, 31(1),2010, C. 1-12.
6. Szymańska E. Innowacyjne przedsiębiorstwo usługowe, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warsaw, 2021.
7. Szymańska E. Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok, 2009.
8. Szymańska E., Żukrowska K., Czerpak A. Innowacje w obliczu pandemii na przykładzie usług gastronomicznych, „Przedsiębiorstwo Przyszłości”, 1(58), 2024, C. 56-71.
9. Runiewicz R. Zarządzanie innowacjami, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, 2022, C. 91-109.
10. Taylor S. What Is Innovation? A Study of the Definitions, Open Journal of Social Sciences, 2017, C. 128-146.
11. Szymańska E., Berbel-Pineda J.-M. Innovation processes: from linear models to artificial intelligence, „Engineering Management in Production and Services”, 16(2024), 15-28, DOI: <https://sciendo.com/pl/article/10.2478/emj-2024-0021>
12. UNWTO Good Practices Tourism for Development. Good Practices, vol II, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419760>
13. Niezgoda A., Szymańska E. Local identity and residents' attitudes towards innovation in sustainable tourism – the example of generation Z, „Economics and Environment”, 2(89),2024, C. 1-10, DOI: 10.34659/eis.2024.89.2.760
14. Tereshchuk N. Innovative technologies in the hospitality industry, 2022, C. 154-165.
15. Turystyka w Województwie Podlaskim 2024, Urząd Statystyczny w Białymstoku, <https://bialystok.stat.gov.pl/opracowania-biezace/opracowania-sygnalne/sport-turystyka/turystyka-w-województwie-podlaskim-w-2024-r-,2,25.html>

Information about the authors:

Moroz Yurii,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Physical Education and Psychological
and Pedagogical Disciplines
Uman National University
1, Institutaska str., Uman, 20301, Ukraine

Moroz Ivanna,

Student at the Department of Management Engineering,
Faculty: Management,
Specialty: Business Management
Białystok Polytechnic
45a, Wiejska str., Białystok, 15-351, Poland