Section 3. INNOVATION, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, AND HISTORICAL AND CULTURAL POTENTIAL OF MARKETS

INNOVATIVE MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF CANADA'S HOTEL BUSINESS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION, SUSTAINABLE TOURISM, AND TRANSFORMATION OF CONSUMER DEMAND

ІННОВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ КАНАДИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ, СТАЛОГО ТУРИЗМУ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ

Бондаренко Владислава
Національний транспортний університет,
Київ, Україна
vladislawa.b@gmail.com

У сучасних умовах готельний бізнес Канади розвивається під впливом глибоких соціально-економічних, технологічних та екологічних змін. З одного боку, Канада залишається однією з найбільш привабливих туристичних дестинацій світу завдяки значному природно-рекреаційному потенціалу, розвиненій інфраструктурі, культурному різноманіттю та високому рівню сервісу. З іншого боку, сучасна готельна індустрія країни дедалі більше залежить від здатності підприємств швидко адаптуватися до цифровізації, нових моделей споживчої поведінки, зростання вимог до екологічної відповідальності та персоналізації готельних послуг.

Канада має унікальні передумови для розвитку готельного бізнесу, оскільки її туристичний простір поєднує великі міські центри, гірські курорти, національні парки, прибережні території, культурно-історичні об’єкти та природні атракції світового значення. Торонто, Монреаль, Ванкувер, Оттава, Калгарі, Ніагарський водоспад, острів Ванкувер, Канадські Скелясті гори та долина Оканаган формують різні типи туристичного попиту, що, відповідно, потребує різних форматів готельного обслуговування: від бізнес-готелів і міських апарт-готелів до еко-лоджів, курортних комплексів, бутик-готелів та об’єктів рекреаційного розміщення.

Особливої актуальності набуває питання інноваційних механізмів розвитку готельного бізнесу. У сучасній Канаді конкурентоспроможність готельних підприємств визначається не лише якістю номерного фонду чи рівнем сервісу, а й здатністю впроваджувати цифрові технології,

автоматизовані системи бронювання, мобільні застосунки, безконтактне обслуговування, аналітику даних, штучний інтелект у роботі з клієнтами, CRM-системи та інструменти персоналізованої комунікації. Цифровізація змінює саму логіку взаємодії готелю зі споживачем: турист очікує швидкого доступу до інформації, прозорого ціноутворення, онлайн-бронювання, гнучких умов проживання, індивідуальних пропозицій та високої швидкості реагування на запити.

Водночас важливою тенденцією є посилення ролі сталого туризму. Для Канади, де значна частина туристичної привабливості пов'язана з природними ресурсами, питання екологічної відповідальності готельного бізнесу має стратегічне значення. Сучасні готелі все частіше орієнтуються на енергоефективність, скорочення споживання води, зменшення харчових відходів, використання локальних продуктів, екологічну сертифікацію, підтримку місцевих громад і розвиток відповідального споживання. Таким чином, сталий розвиток стає не лише етичним орієнтиром, а й важливим чинником ринкової привабливості готельних підприємств.

Трансформація споживчого попиту також істотно впливає на розвиток готельної індустрії Канади. Сучасні туристи дедалі частіше шукають не просто місце для проживання, а комплексний досвід, який поєднує комфорт, безпеку, автентичність, емоційну цінність, цифрову зручність і відповідність особистим цінностям. Зростає попит на індивідуалізовані послуги, wellness-напрями, екологічні формати відпочинку, локальну гастрономію, культурні маршрути, інклюзивність та гнучкі сервісні рішення. Це змушує готельні підприємства переглядати традиційні бізнес-моделі та впроваджувати інноваційні підходи до управління, маркетингу, сервісного дизайну і взаємодії з гостями.

Отже, актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного аналізу того, як готельний бізнес Канади адаптується до сучасних викликів цифрової економіки, сталого туризму та нових очікувань споживачів. Вивчення цього досвіду є важливим не лише для розуміння особливостей розвитку канадської індустрії гостинності, а й для формування практичних орієнтирів модернізації готельного бізнесу в інших країнах, зокрема в Україні.

1. Теоретичні засади та регіональні особливості розвитку готельного бізнесу Канади в умовах сучасних трансформацій

У сучасній зарубіжній науковій літературі готельний бізнес розглядається не лише як частина туристичної індустрії, а як складна сервісна система, що функціонує на перетині економіки, технологій, управління клієнтським досвідом, сталого розвитку та інновацій. На відміну від традиційного підходу, за якого головна увага приділялася розміщенню, харчуванню та базовому сервісу, сучасні дослідники дедалі частіше аналізують готельне підприємство як цифрово інтегровану, екологічно відповідальну та клієнтоорієнтовану бізнес-модель.

Вагомий внесок у формування наукового бачення цифрової трансформації готельного бізнесу зробили Buhalis і Leung (2018). У своїй праці,

опублікованій в International Journal of Hospitality Management, автори обґрунтовують концепцію smart hospitality, тобто «розумної гостинності», яка ґрунтується на взаємопов'язаності цифрових систем, хмарних технологіях, автоматизованому обміні даними та інтеграції внутрішніх бізнес-процесів готелю із зовнішнім цифровим середовищем. На думку дослідників, майбутнє готельного бізнесу пов'язане не з окремим використанням технологій, а з формуванням цілісної цифрової екосистеми, у якій готель, споживач, постачальники, туристичні платформи та інші стейкхолдери взаємодіють у режимі постійного обміну даними.

Подальший розвиток цієї ідеї простежується у праці Buhalis, O'Connor і Leung (2023), які розглядають smart hospitality уже не лише як технологічний напрям, а як основу формування гнучких бізнес-екосистем у мережевих туристичних дестинаціях. Автори підкреслюють, що ефективність готельного бізнесу залежить від здатності підприємства взаємодіяти з ширшим середовищем: містом, транспортною інфраструктурою, цифровими платформами, місцевими громадами, туристичними організаціями та споживачами. Такий підхід є особливо важливим для Канади, де готельний бізнес розвивається в різних просторових умовах — від великих урбаністичних центрів, таких як Торонто, Ванкувер і Монреаль, до природних і рекреаційних територій, пов'язаних із національними парками, гірським, екологічним та пригодницьким туризмом.

Окремий напрям зарубіжних наукових праць пов'язаний із впливом цифрових технологій на конкурентоспроможність готелів. У сучасних працях наголошується, що цифровізація охоплює не лише онлайн-бронювання чи присутність готелю в соціальних мережах. Вона включає CRM-системи, аналітику великих даних, штучний інтелект, мобільні застосунки, безконтактне заселення, чат-боти, цифрові програми лояльності, динамічне ціноутворення та інструменти персоналізації сервісу. Дослідники підкреслюють, що цифрова трансформація підвищує операційну ефективність готелів, покращує якість обслуговування гостей і формує нові джерела конкурентних переваг.

Важливим є також науковий підхід, згідно з яким цифровізація має розглядатися не ізольовано, а у зв'язку зі сталим розвитком. Зокрема, Bekele et al. (2024) та співавтори у праці, опублікованій в журналі Journal of Cleaner Production, аналізують роль цифрової трансформації у підвищенні екологічної сталості готелів. Автори зазначають, що цифрові технології можуть сприяти оптимізації енергоспоживання, управлінню ресурсами, скороченню відходів і формуванню сталих бізнес-моделей у готельному секторі. Для Канади цей підхід має особливе значення, оскільки туристична привабливість країни значною мірою базується на природних ресурсах, екологічних ландшафтах, національних парках, озерах, гірських територіях та рекреаційних зонах.

Зарубіжні науковці також звертають увагу на те, що сталий розвиток у готельному бізнесі не можна зводити лише до екологічних заходів. Він включає економічну стабільність підприємства, соціальну відповідальність, підтримку місцевих громад, використання локальних продуктів, етичне управління персоналом, інклюзивність та формування довіри споживачів. У цьому

контексті Bešić et al. (2024) та інші дослідники розглядають взаємозв'язок цифрових технологій, сталого розвитку та персоналізації туристичних пропозицій для різних поколінь споживачів. Науковці підкреслюють, що сучасний туристичний і готельний бізнес змінюється під впливом цифрової революції, сталих практик і демографічної трансформації споживачів.

Особливу увагу у працях зарубіжних учених приділено зміні поведінки споживачів готельних послуг. Сучасний гість очікує не лише комфортного проживання, а й емоційного досвіду, цифрової зручності, прозорості сервісу, безпеки, екологічної відповідальності та індивідуального підходу. Аналіз Liu et al. (2024) та співавторів показує, що клієнтський досвід у готелях формується не лише раціональними чинниками, такими як ціна, якість номера чи розташування, а й емоційними та символічними аспектами сприйняття послуги. Це означає, що інноваційність готелю повинна проявлятися не тільки в технологіях, а й у здатності створювати для гостя цілісний, ціннісний і персоналізований досвід.

У сучасних наукових працях також активно аналізується роль штучного інтелекту, роботизації та сервісних роботів у готельному бізнесі. Зокрема, Begum et al. (2025) та співавтори у метааналізі щодо прийняття сервісних роботів у готелях зазначають, що поширення таких технологій потребує глибшого розуміння чинників, які впливають на готовність споживачів користуватися роботизованими сервісами. Це свідчить про те, що інновації в готельному бізнесі не можуть оцінюватися лише з позиції технологічної новизни, а мають відповідати очікуванням гостей, не порушувати відчуття гостинності та зберігати баланс між автоматизацією і людською взаємодією.

Таблиця 1 - Наукові підходи зарубіжних учених до розвитку готельного бізнесу в умовах цифровізації, сталого туризму та зміни споживчого попиту (Buhalis & Leung, 2018; Buhalis et al., 2023; Bekele et al., 2024; Bešić et al., 2024; Liu et al., 2024; Begum et al., 2025).

Автори / науковий напрям	**Основна ідея**	**Значення для аналіз готельного бізнесу Канади**
D. Buhalis, R. Leung	Концепція smart hospitality: готель як частина цифрової екосистеми, де поєднуються хмарні технології, дані, платформи та взаємодія зі споживачем	Дає змогу розглядати готелі Канади як інноваційні сервісні системи, інтегровані з туристичними платформами, містами та дестинаціями
D. Buhalis, P. O'Connor, R. Leung	Smart hospitality формується в межах ширшої мережевої екосистеми, де важливу роль відіграють стейкхолдери, цифрові канали та гнучкість бізнесу	Пояснює необхідність партнерства між готелями, туристичними організаціями, транспортом, локальними громадами та цифровими сервісами
H. Bekele та	Цифрова трансформація може	Є важливою основою для

співавтори	підвищувати екологічну сталість готелів через управління ресурсами, енергоефективність і сталі бізнес-моделі	аналізу готелів Канади, де природні ресурси є ключовим елементом туристичної привабливості
C. Bešić та співавтори	Розвиток готельного бізнесу залежить від поєднання цифрових технологій, сталості та персоналізації пропозицій для різних поколінь туристів	Дозволяє врахувати трансформацію споживчого попиту в Канаді, зокрема зростання ролі поколінь Y і Z
H. Liu та співавтори	Клієнтський досвід у готелі формується через поєднання раціональних, емоційних і символічних чинників	Дає підстави аналізувати готельний продукт Канади не лише як послугу розміщення, а як комплексний досвід гостя
N. Begum та співавтори	Прийняття сервісних роботів у готелях залежить від довіри, зручності, корисності та готовності клієнтів до технологічної взаємодії	Дає змогу оцінювати межі автоматизації в готельному бізнесі та необхідність балансу між технологіями і людським сервісом

Таким чином, наукова думка зарубіжних учених дає підстави стверджувати, що розвиток готельного бізнесу Канади доцільно аналізувати через поєднання трьох взаємопов'язаних вимірів: цифрового, сталого та поведінкового. Цифровий вимір охоплює впровадження інформаційних систем, штучного інтелекту, онлайн-платформ, аналітики даних і автоматизованих сервісів. Сталий вимір передбачає екологічну відповідальність, ресурсоефективність, підтримку місцевих громад і збереження природного середовища. Поведінковий вимір пов'язаний зі зміною очікувань гостей, зростанням попиту на персоналізований сервіс, автентичний досвід, безпеку, гнучкість і ціннісну відповідність готельного продукту.

Для Канади такий підхід є особливо актуальним, оскільки готельний бізнес країни розвивається в умовах значного природного, культурного й регіонального різноманіття. Великі міста формують попит на бізнес-готелі, апарт-готелі, конференц-сервіс і цифрово зручні формати проживання. Природні території, національні парки, гірські та прибережні регіони стимулюють розвиток еко-готелів, курортних комплексів, wellness-форматів, глемпінгу та інших видів рекреаційного розміщення. Саме тому інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу Канади мають бути спрямовані не лише на технологічне оновлення, а й на формування сталої, клієнтоорієнтованої та гнучкої моделі гостинності.

Отже, зарубіжні наукові підходи дозволяють зробити висновок, що сучасний готельний бізнес поступово переходить від моделі надання стандартної послуги проживання до моделі створення комплексного клієнтського досвіду. У цій моделі інновації виступають не допоміжним інструментом, а ключовим механізмом розвитку, який забезпечує адаптацію

готельних підприємств до цифрової економіки, принципів сталого туризму та нових очікувань споживачів. Саме в такій логіці доцільно досліджувати готельний бізнес Канади як приклад поєднання технологічної модернізації, екологічної відповідальності та високої культури сервісу.

Розвиток готельного бізнесу Канади значною мірою визначається регіональною неоднорідністю країни, її природно-рекреаційним потенціалом, рівнем урбанізації, транспортною доступністю, культурною специфікою та особливостями туристичного попиту. Канада є великою за територією федеративною державою, у складі якої виділяються провінції та території з різними соціально-економічними, природними й адміністративними умовами розвитку. Саме ця регіональна різноманітність формує неоднакові моделі функціонування готельного бізнесу: від міських бізнес-готелів і конференц-центрів до еко-лоджів, курортних комплексів, гірських готелів, об'єктів сільського туризму, глемпінгу та засобів розміщення в арктичних і віддалених територіях.

У контексті теми аналіз важливо розглядати регіони Канади не лише як туристичні території, а як просторові платформи для впровадження інноваційних механізмів у готельному бізнесі. До таких механізмів належать цифрові системи бронювання, динамічне ціноутворення, автоматизоване управління номерним фондом, CRM-системи, мобільні сервіси для гостей, екологічні стандарти обслуговування, енергоефективні технології, локалізація готельного продукту та персоналізація клієнтського досвіду.

Таблиця 2 - Регіональні особливості Канади як чинник розвитку готельного бізнесу (Destination British Columbia, 2025; Destination Ontario, 2025; Government of Canada, 2025b; Government of Yukon, 2025; Newfoundland and Labrador Tourism, 2025; Parks Canada, 2025; Tourism Nova Scotia, 2025; Tourisme Montréal, 2025; Travel Alberta, 2025; Travel Nunavut, 2025).

Регіон Канади	**Основні туристично-рекреаційні особливості**	**Потенційні напрями розвитку готельного бізнесу**
Центральна Канада: Онтаріо, Квебек	Висока концентрація населення, великі міста, ділові, культурні та історичні центри, Ніагарський водоспад, річка Святого Лаврентія	Бізнес-готелі, конференц-готелі, міські готелі, апарт-готелі, бутик-готелі, готелі для культурного та подієвого туризму
Степові провінції: Манітоба, Саскачеван, Альберта	Прерії, аграрні ландшафти, національні парки, Скелясті гори, природні маршрути, гірський туризм	Гірські курорти, еко-готелі, агротуристичні садиби, wellness-готелі, готелі для пригодницького туризму
Британська Колумбія	Тихоокеанське узбережжя, Ванкувер, острів Ванкувер, ліси, гори, фіорди, національні	Курортні готелі, еко-лоджі, готелі біля природних парків, прибережні готелі, готелі для активного та морського туризму

	парки	
Атлантична Канада	Морське узбережжя, рибальські традиції, історичні поселення, пляжний і культурний туризм	Малі сімейні готелі, прибережні готелі, гастрономічні готелі, об’єкти розміщення для культурно-історичного туризму
Північна Канада: Юкон, Північно-Західні території, Нунавут	Арктичні ландшафти, культура корінних народів, екстремальний туризм, низька щільність населення, складна транспортна доступність	Арктичні еко-лоджі, мобільні формати розміщення, готелі для експедиційного туризму, об’єкти з високими стандартами автономності та енергоефективності

З наведеної таблиці видно, що готельний бізнес Канади не може розвиватися за єдиною універсальною моделлю. Кожен регіон має власну логіку туристичного попиту, відповідну інфраструктуру, специфічний ресурсний потенціал і різні очікування споживачів. Тому інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу мають бути адаптовані до конкретного регіонального середовища.

Центральна Канада, до якої належать насамперед Онтаріо та Квебек, є одним із найважливіших економічних і туристичних просторів країни. Висока концентрація населення, розвинена промислова й фінансова інфраструктура, наявність великих міст, таких як Торонто, Монреаль, Оттава та Квебек, створюють стабільний попит на готельні послуги ділового, культурного, подієвого та освітнього характеру. Для цього регіону особливо актуальними є цифрові механізми управління готельним бізнесом: онлайн-бронювання, мобільне заселення, автоматизовані системи управління доходами, персоналізовані програми лояльності та використання аналітики даних для прогнозування попиту.

Особливе місце у розвитку готельного бізнесу Центральної Канади займає культурна специфіка Квебеку. Франкомовне середовище, історична спадщина, архітектурна самобутність і туристична привабливість Монреаля та міста Квебек сприяють розвитку бутик-готелів, історичних готелів, малих засобів розміщення та готельних продуктів, орієнтованих на автентичний досвід. У цьому випадку інноваційність проявляється не лише у використанні технологій, а й у здатності готелю поєднувати цифрову зручність із локальною культурою, мовною ідентичністю, гастрономічною унікальністю та індивідуалізованим сервісом.

Степові провінції Канади — Манітоба, Саскачеван та Альберта — мають іншу модель розвитку готельного бізнесу. Їх туристичний потенціал пов’язаний із природними ландшафтами, національними парками, аграрними територіями, історією освоєння прерій та гірськими районами Альберти. Особливе значення мають Скелясті гори, національні парки Банф і Джаспер, які формують попит на курортні, гірські, wellness- та екоорієнтовані формати розміщення. У таких умовах готельний бізнес має орієнтуватися на сталі практики:

енергоефективність, зменшення впливу на природне середовище, управління відходами, використання локальних продуктів і підтримку місцевих громад.

Британська Колумбія є одним із найбільш перспективних регіонів для розвитку інноваційного готельного бізнесу, оскільки поєднує високий рівень урбанізації, міжнародну транспортну доступність, природну привабливість і потужний туристичний бренд. Ванкувер, острів Ванкувер, гірські території, фіорди, ліси та національні парки формують широкий спектр туристичного попиту — від ділових поїздок і міжнародних подій до екологічного, морського, пригодницького й рекреаційного туризму. Для цього регіону важливим є розвиток готелів, які поєднують цифровий сервіс, сталі технології та емоційно насичений клієнтський досвід.

Атлантична Канада, до якої належать Нова Шотландія, Нью-Брансвік, Острів Принца Едуарда, Ньюфаундленд і Лабрадор, має значний потенціал для розвитку готельного бізнесу на основі морської культури, історичної спадщини, гастрономії, прибережних ландшафтів і локальної ідентичності. На відміну від великих урбаністичних центрів, тут більш перспективними є малі та середні готелі, сімейні засоби розміщення, прибережні готелі, гастрономічні маршрути та об’єкти, пов’язані з культурно-історичним туризмом. Для таких підприємств важливим інноваційним механізмом є цифрове просування через туристичні платформи, соціальні мережі, онлайн-відгуки, локальні туристичні маркетплейси та системи прямого бронювання.

Північна Канада — Юкон, Північно-Західні території та Нунавут — має специфічні умови для розвитку готельного бізнесу. Суворий клімат, низька щільність населення, складна транспортна доступність і висока вартість інфраструктури обмежують масовий розвиток туризму. Водночас саме ці території мають унікальний потенціал для арктичного, експедиційного, етнокультурного та екстремального туризму. Тут готельний бізнес має будуватися на принципах автономності, екологічної безпеки, енергоефективності та поваги до культури корінних народів. Інноваційність у цьому випадку полягає не стільки в масштабному будівництві, скільки у створенні малих, адаптивних і стійких форматів розміщення, які не порушують природний і соціокультурний баланс територій.

Таблиця 3 - Інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу Канади за регіональними типами туристичного попиту(Destination British Columbia, 2025; Destination Ontario, 2025; Newfoundland and Labrador Tourism, 2025; Parks Canada, 2025; Tourism Nova Scotia, 2025; Tourisme Montréal, 2025; Travel Alberta, 2025; Travel Nunavut, 2025).

Тип туристичного попиту	**Характерні регіони**	**Інноваційні механізми для готельного бізнесу**
Діловий та подієвий туризм	Торонто, Монреаль, Оттава, Ванкувер	Smart-room технології, мобільне заселення, конференц-сервіси, CRM-системи, цифрові програми лояльності

Культурно-історичний туризм	Квебек, Монреаль, Атлантична Канада	Бутик-готелі, локальний дизайн, гастрономічні пропозиції, цифрові гіди, персоналізовані культурні маршрути
Екологічний та природний туризм	Британська Колумбія, Альберта, Юкон, Нунавут	Еко-сертифікація, енергоефективність, управління відходами, локальні продукти, обмеження надмірного туристичного навантаження
Гірський і пригодницький туризм	Скелясті гори, Банф, Джаспер, Британська Колумбія	Готелі активного відпочинку, wellness-сервіси, цифрові системи безпеки, мобільні туристичні застосунки
Морський і прибережний туризм	Атлантична Канада, острів Ванкувер, Тихоокеанське узбережжя	Прибережні готелі, гастрономічний туризм, онлайн-просування локальних маршрутів, партнерство з місцевими громадами
Арктичний та експедиційний туризм	Юкон, Північно-Західні території, Нунавут	Автономні еко-лоджі, енергозберігаючі рішення, обмежені туристичні групи, культурна взаємодія з корінними народами

Отже, регіональна структура Канади створює складну, але водночас дуже перспективну основу для розвитку готельного бізнесу. Для великих міст ключовими стають цифровізація, автоматизація сервісу, персоналізований маркетинг і підвищення швидкості обслуговування. Для природних і рекреаційних територій першочергового значення набувають сталі практики, екологічна відповідальність, збереження ландшафтів і гармонійна взаємодія з місцевими громадами. Для віддалених північних регіонів важливими є автономність, безпека, адаптивність і мінімізація впливу на довкілля.

У межах теми роботи готельний бізнес Канади доцільно розглядати як багаторівневу систему, у якій регіональні особливості визначають не лише туристичний попит, а й характер інновацій. У Центральній Канаді інновації здебільшого пов’язані з цифровим сервісом і високою конкуренцією міських готелів. У Британській Колумбії та Альберті — з поєднанням природного туризму, wellness-напряму та сталих технологій. В Атлантичній Канаді — з розвитком локальної автентичності, малих готельних підприємств і гастрономічного туризму. У Північній Канаді — з пошуком стійких форматів розміщення в умовах обмеженої інфраструктури та екологічної вразливості територій.

Таким чином, інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу Канади мають формуватися не за принципом універсального копіювання однієї моделі, а через регіональну адаптацію. Їх сутність полягає у поєднанні цифровізації, сталого управління, клієнтоорієнтованості, локальної ідентичності та гнучких

сервісних рішень. Саме такий підхід дає змогу забезпечити конкурентоспроможність готельних підприємств, підвищити якість туристичного досвіду, зберегти природні ресурси та сформувати сучасну модель гостинності, що відповідає очікуванням споживачів у цифрову епоху.

2. Сучасні тенденції, чинники та стратегічні пріоритети розвитку готельного бізнесу Канади

Сучасний розвиток готельного бізнесу Канади відбувається в умовах посилення глобальних викликів, серед яких особливе місце посідають пандемічні кризи, зміна туристичної мобільності, трансформація споживчого попиту, цифровізація сервісних процесів та зростання значення внутрішнього туризму. Пандемія COVID-19 стала одним із найбільш суттєвих зовнішніх факторів, що змінив логіку функціонування туристичної та готельної індустрії не лише в Канаді, а й у світі загалом.

До пандемії туристична галузь Канади була важливою складовою національної економіки та забезпечувала значну кількість робочих місць. Проте обмеження на міжнародні подорожі, закриття кордонів, скорочення авіасполучення, падіння попиту на ділові поїздки й невизначеність поведінки споживачів спричинили різке зниження завантаженості готелів, доходів підприємств гостинності та туристичної активності. У цих умовах готельний бізнес був змушений не лише реагувати на кризу, а й шукати нові моделі виживання та відновлення.

Одним із ключових напрямів підтримки галузі стало стимулювання внутрішнього туризму. Уряд Канади та Destination Canada спрямували фінансові ресурси на підтримку туристичних громад, регіональних маркетингових організацій та підприємств, що залежать від туристичних потоків. Такий підхід мав важливе значення для готельного бізнесу, оскільки саме внутрішній турист у кризовий період став основним джерелом попиту на послуги розміщення, рекреації та короткострокового відпочинку.

COVID-19 доцільно розглядати не лише як кризовий чинник, а як каталізатор інноваційних змін у готельному бізнесі Канади. Пандемія прискорила перехід готельних підприємств до цифрових інструментів управління, безконтактного сервісу, онлайн-комунікації з гостями, гнучкого бронювання, посилених санітарно-безпекових протоколів та адаптивного маркетингу. Водночас вона змінила очікування споживачів: гості почали більше цінувати безпеку, приватність, природне середовище, індивідуальні маршрути, локальні подорожі та можливість уникати масових туристичних скупчень.

Таблиця 4 - Вплив пандемії COVID-19 на трансформацію готельного бізнесу Канади (Tourism Industry Association of Canada, 2025; Tourisme Montréal, 2025; Travel Nunavut, 2025; Travel Alberta, 2025; UN Tourism, 2025).

Напрям впливу	Зміст змін	Наслідки для готельного бізнесу

Скорочення міжнародних подорожей	Закриття кордонів, зменшення авіаперевезень, падіння в'їзного туризму	Зниження завантаженості готелів, переорієнтація на внутрішнього туриста
Посилення ролі внутрішнього туризму	Підвищення інтересу канадців до подорожей у межах країни	Розвиток локальних туристичних пакетів, weekend-туризму, регіональних готельних пропозицій
Зміна поведінки споживачів	Зростання уваги до безпеки, гігієни, приватності та гнучких умов бронювання	Впровадження безконтактного сервісу, гнучких тарифів, цифрової комунікації
Прискорення цифровізації	Активне використання онлайн-бронювання, мобільних сервісів, цифрових каналів продажу	Поширення CRM-систем, мобільного check-in/check-out, електронних меню та чат-ботів
Переорієнтація на природу та сталість	Популярність природних територій, національних парків, екотуризму	Розвиток еко-готелів, глемпінгу, малих засобів розміщення, wellness-форматів
Потреба в державній підтримці	Фінансування туристичних організацій і програм відновлення	Підтримка регіонального маркетингу, збереження робочих місць, відновлення туристичних громад

Після пандемії розвиток готельного бізнесу Канади набув більш виразної регіональної та клієнтоорієнтованої спрямованості. Якщо раніше значна частина готельних підприємств орієнтувалася на міжнародні потоки, особливо зі США, то в умовах кризи зросло значення внутрішнього попиту, коротких подорожей, локальних дестинацій і природно-рекреаційних територій. Це особливо важливо для Канади, оскільки її туристична привабливість значною мірою пов'язана з національними парками, гірськими ландшафтами, озерами, морськими узбережжями та арктичними територіями.

Рекреаційно-географічне положення Канади формує як переваги, так і обмеження для розвитку готельної індустрії. До переваг належать значні масштаби території, різноманітність природних зон, вихід до трьох океанів, сусідство зі США як найбільшим туристичним ринком, наявність високорозвинених міст і значний потенціал природного, екологічного, круїзного, гірського та пригодницького туризму. Водночас негативними чинниками є віддаленість від частини ключових світових туристичних ринків, нерівномірність транспортної інфраструктури, сезонність попиту, залежність від американських туристичних потоків і складність освоєння північних територій.

Таблиця 5 - Рекреаційно-географічні чинники розвитку готельного бізнесу Канади

Група чинників	**Характеристика**	**Вплив на готельний бізнес**
Природно-ресурсні переваги	Гори, ліси, озера, національні парки, океанічні узбережжя, арктичні ландшафти	Сприяють розвитку еко-готелів, курортів, гірських готелів, глемпінгу, wellness-об'єктів
Географічна близькість до США	США є основним джерелом в'їзного туризму та важливим напрямом виїзних поїздок канадців	Формує залежність готельного ринку Канади від американського туристичного попиту
Вихід до трьох океанів	Атлантичне, Тихоокеанське та Арктичне узбережжя створюють можливості для морського й круїзного туризму	Підтримує розвиток прибережних готелів, портової інфраструктури, круїзного обслуговування
Великі розміри країни	Просторова різноманітність територій і рекреаційних ресурсів	Дає змогу формувати різні готельні моделі залежно від регіону
Нерівномірність інфраструктури	Висока концентрація інфраструктури у південних і міських регіонах, слабша доступність північних територій	Обмежує масовий туризм у віддалених районах, але створює нішу для експедиційного та арктичного туризму
Кліматична сезонність	Пік туристичних прибуттів припадає на теплі місяці, зимовий попит концентрується у гірських курортах і південних виїзних напрямах	Вимагає гнучкого ціноутворення, сезонного планування персоналу та диверсифікації готельного продукту

Сезонність є одним із ключових факторів, що впливають на готельний бізнес Канади. В'їзний туризм значною мірою активізується в літній період, коли природні дестинації, міські маршрути, національні парки й прибережні території стають найбільш доступними для відвідувачів. Водночас зимовий сезон формує окремий сегмент готельного попиту, пов'язаний із гірськолижним туризмом, різдвяними подіями, wellness-відпочинком, арктичними маршрутами та подорожами до природних зимових атракцій. Для готельних підприємств це означає потребу в динамічному управлінні тарифами, сезонній адаптації сервісу, формуванні спеціальних пакетів і розробленні продуктів, які можуть зменшувати залежність від пікових періодів.

Особливо важливим для Канади є природний туризм. Високий інтерес іноземних туристів до національних парків, природних ландшафтів, Ніагарського водоспаду, гірських територій, річкових маршрутів, рибальства, екстремального та екологічного туризму визначає специфіку готельної пропозиції. Готельний бізнес у таких умовах має бути не лише сервісно

якісним, а й екологічно відповідальним. Для готелів, розташованих поблизу природних об'єктів, важливими стають енергоефективність, обмеження надмірного споживання ресурсів, управління відходами, екологічна сертифікація, використання локальних продуктів і взаємодія з місцевими громадами.

У цьому контексті сталий туризм виступає не окремим напрямом, а стратегічною умовою довгострокового розвитку готельного бізнесу Канади. Якщо природні ресурси є основою туристичної привабливості країни, то їх збереження безпосередньо пов'язане з конкурентоспроможністю готельної індустрії. Саме тому сучасні готельні підприємства мають інтегрувати принципи сталого розвитку в операційну діяльність, маркетинг, управління персоналом, роботу з постачальниками та формування клієнтського досвіду.

Таблиця 6 - Інноваційні механізми адаптації готельного бізнесу Канади до сучасних викликів

Виклик	**Інноваційний механізм**	**Очікуваний результат**
Падіння міжнародного попиту	Орієнтація на внутрішній туризм і регіональні туристичні продукти	Збереження завантаженості готелів, підтримка місцевих громад
Зростання вимог до безпеки	Безконтактне заселення, цифрові ключі, онлайн-комунікація з гостями	Підвищення довіри споживачів і зменшення фізичних контактів
Сезонність туристичних потоків	Динамічне ціноутворення, спеціальні сезонні пакети, подієвий маркетинг	Зменшення залежності від пікового сезону
Конкуренція між дестинаціями	Персоналізовані пропозиції, CRM-системи, аналітика даних	Підвищення лояльності гостей і повторних бронювань
Екологічне навантаження	Енергоефективні технології, скорочення відходів, екосертифікація	Збереження природних ресурсів і посилення репутації готелю
Зміна споживчих очікувань	Wellness-послуги, локальна гастрономія, автентичний досвід, гнучкі тарифи	Формування ціннісного клієнтського досвіду
Нерівномірність інфраструктури	Малі автономні формати розміщення, глемпінг, еко-лоджі	Розвиток туризму у віддалених природних територіях

.

Важливо зазначити, що трансформація споживчого попиту після пандемії значно посилила значення таких характеристик готельного продукту, як гнучкість, безпека, природність, індивідуалізація та цифрова зручність. Сучасний гість очікує не просто комфортного місця проживання, а комплексного досвіду, який відповідає його цінностям, стилю життя та очікуванням щодо якості сервісу. Саме тому інноваційний розвиток готельного

бізнесу Канади має орієнтуватися не лише на технологічне оновлення, а й на зміну самої логіки створення готельної послуги.

Для міських готелів Торонто, Ванкувера, Монреаля та Оттави пріоритетними є цифрові інструменти управління, розвиток MICE-сегмента, сервіс для бізнес-туристів, персоналізовані програми лояльності та інтеграція з міською туристичною інфраструктурою. Для готелів природних і рекреаційних територій важливішими є екологічність, автентичність, обмеження туристичного навантаження, партнерство з локальними виробниками й формування унікального досвіду перебування. Для північних і арктичних територій особливого значення набувають автономність, енергозбереження, транспортна логістика, безпека гостей і повага до культурних практик корінних народів.

Таким чином, розвиток готельного бізнесу Канади в умовах постпандемічного відновлення має розглядатися як процес переходу від традиційної моделі гостинності до інноваційної, сталої та цифрово інтегрованої системи. У цій системі готель виступає не лише місцем тимчасового проживання, а простором безпечного, персоналізованого, екологічно відповідального та емоційно значущого досвіду.

Отже, глобальні виклики, зокрема пандемія COVID-19, не лише загострили проблеми туристичної та готельної індустрії Канади, а й прискорили її модернізацію. Саме в цей період особливо чітко проявилася потреба у цифровізації готельних процесів, розвитку внутрішнього туризму, впровадженні сталих практик, диверсифікації готельного продукту та глибшому розумінні нової поведінки споживачів. У межах цієї теми це дає підстави стверджувати, що інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу Канади мають базуватися на поєднанні трьох ключових елементів: цифрової адаптивності, екологічної відповідальності та клієнтоорієнтованої трансформації сервісу.

Розвиток готельного бізнесу Канади доцільно розглядати не ізольовано, а в межах загальної стратегії формування конкурентоспроможної туристичної економіки країни. У сучасних умовах готельна індустрія Канади перебуває під впливом кількох взаємопов’язаних чинників: відновлення міжнародної туристичної мобільності після пандемії, посилення ролі внутрішнього туризму, цифровізації сервісних процесів, зростання попиту на природні та екологічно відповідальні подорожі, а також необхідності підвищення якості гостьового досвіду.

За сучасними офіційними даними, туризм залишається важливим сектором канадської економіки. У 2024 р. туристична індустрія Канади згенерувала близько 129,7 млрд канадських доларів доходів і забезпечила 50,8 млрд канадських доларів внеску у ВВП країни**.** Крім того, туристичні підприємства становлять близько 5,5 % усіх бізнесів Канади, а зайнятість у секторі охоплює приблизно 10 % робочої сили країни. Це свідчить, що туризм і пов’язаний із ним готельний бізнес мають не лише сервісне, а й вагоме макроекономічне значення (Statistics Canada, 2024).

Особливо важливим є те, що сектор послуг розміщення в Канаді демонструє ознаки стійкого відновлення після пандемічної кризи. За даними Statistics Canada, у 2023 р. підсектор послуг розміщення досяг рекордного операційного доходу 34,9 млрд канадських доларів**,** що на 17,6 % більше**,** ніж у 2022 р., і на 29,0 % більше**,** ніж у 2019 р. Це означає, що готельний бізнес не лише відновився після кризи COVID-19, а й перейшов до нової фази розвитку, у якій важливу роль відіграють цифрові канали продажу, внутрішній попит, гнучке ціноутворення та оновлення сервісних моделей (Statistics Canada, 2026).

У 2023 р. федеральний уряд Канади затвердив нову стратегію розвитку туризму "Canada 365: Welcoming the World. Every Day"**,** яка замінила попередні підходи до розвитку туристичної галузі. Її зміст полягає у переході від сезонного сприйняття туризму до моделі цілорічної туристичної економіки. Стратегія спрямована на стале зростання, підтримку робочих місць, залучення талантів, підвищення міжнародної привабливості Канади та розвиток туристичних активів у різних регіонах країни (Tourism Nova Scotia, 2025).

Для готельного бізнесу ця стратегія має особливе значення, оскільки вона фактично задає нову логіку розвитку індустрії гостинності: готелі мають працювати не лише як місця тимчасового проживання, а як елементи ширшої туристичної екосистеми. Вони повинні інтегруватися з транспортом, подієвим туризмом, природними дестинаціями, місцевими громадами, цифровими платформами та системами просування туристичного продукту.

Таблиця 7 - Стратегічні пріоритети розвитку туризму Канади та їх значення для готельного бізнесу (Destination Canada, 2025; Government of Canada, 2025b).

Стратегічний пріоритет Канади	**Зміст пріоритету**	**Значення для готельного бізнесу**
Розвиток туристичних активів	Інвестування в туристичну інфраструктуру, природні й культурні об'єкти	Створює попит на нові готелі, курортні комплекси, еко-лоджі та об'єкти розміщення біля туристичних центрів
Цілорічний туризм	Перехід від сезонної моделі до стабільного попиту протягом року	Дає змогу готелям зменшити сезонні коливання завантаженості
Підтримка природного та рекреаційного туризму	Акцент на outdoor-туризм, національні парки, природні маршрути	Сприяє розвитку еко-готелів, глемпінгу, wellness-готелів, гірських і прибережних засобів розміщення
Розвиток Indigenous tourism	Підтримка туризму корінних народів і локальних культурних ініціатив	Формує попит на автентичні готельні продукти, культурні програми та партнерство з місцевими громадами
Залучення міжнародних	Розвиток ділового, спортивного та подієвого	Посилює роль бізнес-готелів, конференц-готелів, MICE-

подій	туризму	інфраструктури
Координація між рівнями управління	Узгодження дій федерального, провінційного, муніципального рівнів і бізнесу	Забезпечує комплексне управління дестинаціями та підтримку готельного підприємництва

Управління туристичною та готельною сферою Канади має багаторівневий характер. На федеральному рівні визначаються загальні стратегічні пріоритети, формуються програми підтримки, просувається туристичний бренд країни та координуються національні ініціативи. На рівні провінцій і територій реалізуються регіональні туристичні стратегії, враховуються місцеві природні, культурні, економічні та інфраструктурні особливості. На місцевому рівні ключову роль відіграють муніципалітети, туристичні організації, готельні підприємства, локальні громади та малий бізнес.

У межах цієї теми така система управління є важливою, оскільки інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу не можуть бути впроваджені лише на рівні окремого підприємства. Вони потребують взаємодії з державними програмами, регіональними туристичними організаціями, цифровими платформами, транспортними операторами, природоохоронними структурами та місцевими громадами.

Окремого значення набуває цифровізація туристичної та готельної індустрії. У Канаді формується національна цифрова аналітична інфраструктура для туризму, зокрема Canadian Tourism Data Collective — централізована платформа для обміну туристичними даними, аналізми та аналітикою. Її поява свідчить про перехід від інтуїтивного управління туристичним розвитком до управління на основі даних. Для готельного бізнесу це відкриває можливості точнішого прогнозування попиту, управління цінами, аналізу поведінки споживачів, оцінювання ефективності маркетингу та формування персоналізованих пропозицій (Liu et al., 2024).

Таблиця 8 - Інноваційні механізми розвитку готельного бізнесу Канади в межах сучасної туристичної стратегії(Canadian Tourism Data Collective, 2025; Destination Canada, 2025; Government of Canada, 2025a, 2025b; UN Tourism, 2025).

Інноваційний механізм	**Практичний зміст**	**Очікуваний ефект для готельного бізнесу**
Data-driven management	Використання туристичної статистики, Big Data, CRM та аналітики бронювань	Точніше прогнозування попиту, оптимізація тарифів, підвищення завантаженості
Цифрові канали продажу	Онлайн-бронювання, мобільні застосунки, OTA-платформи, прямі продажі через сайт готелю	Розширення ринку, зниження залежності від традиційних посередників

Динамічне ціноутворення	Гнучка зміна тарифів залежно від сезону, подій, попиту та сегмента гостей	Зростання доходу на номер і ефективніше управління сезонністю
Smart hospitality	Безконтактне заселення, цифрові ключі, чат-боти, автоматизовані сервіси	Підвищення швидкості та зручності обслуговування
Сталі готельні практики	Енергоефективність, скорочення відходів, локальні продукти, екосертифікація	Зниження витрат, посилення репутації, відповідність очікуванням екосвідомих туристів
Партнерство з громадами	Співпраця з місцевими виробниками, культурними організаціями, Indigenous tourism	Створення автентичного досвіду та підтримка локальної економіки
Персоналізація сервісу	Індивідуальні пропозиції, програми лояльності, сегментація гостей	Підвищення задоволеності гостей і повторних бронювань

Важливим напрямом розвитку канадського туризму є Indigenous tourism**,** тобто туризм, пов'язаний із культурою, традиціями та підприємницькою активністю корінних народів. Для готельного бізнесу цей напрям відкриває можливості формування автентичних готельних продуктів, культурних програм, локальної гастрономії, екскурсійних пакетів, партнерства з громадами та розвитку малих засобів розміщення у природних і культурно значущих територіях. У контексті сталого розвитку важливо, щоб така модель не була формальним використанням культурної тематики, а ґрунтувалася на реальній участі місцевих громад, повазі до традицій і справедливому розподілі економічних вигод.

Слід окремо зазначити, що Канада має потужну природну спеціалізацію в туризмі, значні рекреаційні ресурси, великі міста, морські узбережжя, національні парки та сусідство зі США як ключовим туристичним ринком.

Канада має кілька важливих конкурентних переваг для розвитку готельної індустрії. По-перше, це значна природна різноманітність — гори, ліси, озера, океанічні узбережжя, арктичні території, національні парки. По-друге, це наявність великих міських центрів — Торонто, Ванкувера, Монреаля, Оттави, Калгарі, Квебека, які формують попит на бізнес-готелі, конференц-сервіс, подієву інфраструктуру й міський туризм. По-третє, це географічна близькість до США, що створює великий потік короткострокових туристичних і ділових поїздок. По-четверте, це культурне різноманіття, яке дозволяє формувати готельні продукти на основі локальної ідентичності, гастрономії, історії та мультикультурного середовища.

Водночас існують і обмеження. Канада віддалена від частини ключових світових туристичних ринків, має значну сезонність туристичних потоків, нерівномірний розвиток інфраструктури, високу вартість подорожей у віддалені регіони та залежність від американського туристичного попиту. Саме

тому стратегічний розвиток готельного бізнесу має передбачати диверсифікацію ринків, посилення внутрішнього туризму, розвиток цілорічних туристичних продуктів і цифрову інтеграцію готельних підприємств у ширшу туристичну екосистему.

Таблиця 9 - Переваги та обмеження розвитку готельного бізнесу Канади

Група чинників	**Прояв у туристично-готельній сфері**	**Управлінський висновок**
Природна різноманітність	Національні парки, гори, озера, океанічні узбережжя, арктичні території	Доцільно розвивати еко-готелі, глемпінг, wellness-готелі, гірські та прибережні курорти
Високий рівень урбанізації	Великі міста формують попит на бізнес- і подієвий туризм	Потрібні smart-готелі, MICE-інфраструктура, цифрові сервіси для ділових гостей
Близькість до США	США залишаються ключовим джерелом туристичного попиту	Важливо зменшувати надмірну залежність від одного ринку через просування на інших міжнародних ринках
Культурне різноманіття	Англомовна, франкомовна, Indigenous та імміграційна культурна спадщина	Доцільно розвивати автентичні готельні продукти, локальну гастрономію, культурні маршрути
Сезонність	Літній пікприродного туризму та зимовий попит на гірські курорти	Потрібні цілорічні пакети, динамічне ціноутворення, подієвий календар
Нерівномірність інфраструктури	Віддалені території мають обмежену транспортну доступність	Перспективними є малі автономні засоби розміщення, енергоефективні рішення та експедиційний туризм
Підвищення вимог споживачів	Гості очікують безпеки, цифрової зручності, сталості та персоналізації	Необхідне поєднання технологічних, екологічних і сервісних інновацій

.

Сучасна стратегія розвитку готельного бізнесу Канади повинна враховувати також глобальне відновлення туризму. За даними UN Tourism, у 2024 р. міжнародний туризм майже повністю відновився до допандемічного рівня: у світі було зафіксовано близько 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів, що на 11 % більше, ніж у 2023 р. (UN Tourism, 2025). Це означає, що Канада, як розвинена туристична дестинація, має можливість посилити свої позиції на міжнародному ринку, але для цього готельна індустрія повинна відповідати новим очікуванням споживачів.

У сучасних умовах турист обирає не лише країну чи готель, а комплексний досвід. Для нього важливими стають цифрова зручність, швидке бронювання, прозорі умови проживання, безконтактні сервіси, екологічна відповідальність, автентичність, безпека, доступність і якість комунікації. Тому готельний бізнес Канади має розвиватися через поєднання трьох ключових напрямів: цифровізації, сталого туризму та трансформації споживчого попиту.

Отже, більш достовірний і сучасний підхід до аналізу розвитку готельного бізнесу Канади полягає в тому, що туризм не слід розглядати лише як сукупність природних ресурсів і туристичних потоків. Готельний бізнес Канади є частиною інноваційної сервісної екосистеми. Його розвиток залежить від державної стратегії, цифрової аналітики, ефективного регіонального управління, сталих практик, внутрішнього та міжнародного попиту, партнерства з місцевими громадами й здатності готельних підприємств створювати якісний, персоналізований і ціннісний досвід для гостей.

Тобто, стратегічна модель розвитку готельного бізнесу Канади має ґрунтуватися на таких положеннях: розвиток цілорічного туризму; цифровізація управління та сервісу; підтримка природного, рекреаційного й Indigenous tourism; підвищення ролі внутрішнього туристичного попиту; диверсифікація міжнародних ринків; екологічна відповідальність готельних підприємств; створення автентичного гостьового досвіду. Модель дозволяє розглядати готельний бізнес Канади як приклад поєднання інновацій, сталого розвитку й клієнтоорієнтованої трансформації.

3. Інноваційні механізми модернізації готельного бізнесу Канади: цифровізація, сталі практики та клієнтоорієнтоване управління

Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що інноваційний розвиток готельного бізнесу Канади формується під впливом комплексу технологічних, економічних, соціальних, екологічних та організаційних чинників. Сучасна трансформація готельної сфери характеризується переходом від окремого впровадження технологічних рішень до формування комплексних цифрових та організаційних екосистем, у межах яких технології, персонал, клієнти, туристичні дестинації, постачальники та інші учасники ринку взаємодіють між собою. Такий підхід відповідає сучасній концепції smart hospitality, у якій готель розглядається не як ізольоване підприємство, а як складова ширшої мережевої туристичної екосистеми. Buhalis et al. (2023) пов’язують розвиток smart hospitality саме з формуванням гнучких бізнес-екосистем у мережевих дестинаціях, що створює передумови для підвищення адаптивності та конкурентоспроможності підприємств гостинності.

Одним із найбільш вагомих напрямів інноваційного розвитку канадського готельного бізнесу є цифровізація основних операційних і управлінських процесів. Використання систем бронювання, мобільних застосунків, цифрових каналів комунікації, систем управління готелем, аналітичних платформ, хмарних технологій та інструментів штучного інтелекту дозволяє змінювати традиційну модель організації готельних послуг. Цифрові технології

забезпечують не лише автоматизацію окремих операцій, а й формують нові способи взаємодії з гостями, збору та аналізу інформації, управління ресурсами й прийняття управлінських рішень. Сучасні систематичні аналіз підтверджують, що цифрова трансформація може бути пов'язана з операційною ефективністю, фінансовими результатами, якістю обслуговування, гнучкістю та клієнтською задоволеністю, хоча її ефект залежить від умов впровадження та організаційної готовності підприємства.

Важливим є усвідомлення того, що сама наявність сучасного технологічного обладнання або програмного забезпечення не гарантує інноваційного розвитку підприємства. Економічний і управлінський ефект виникає тоді, коли технології інтегруються у бізнес-процеси, підтримуються відповідними компетентностями персоналу та відповідають стратегічним цілям підприємства. Таким чином, інноваційний механізм має включати не тільки технологічний компонент, але й кадровий, організаційний, фінансовий та управлінський складники. Саме поєднання технологічних ресурсів із внутрішніми організаційними можливостями визначає здатність готелю перетворювати інновації на практичні результати.

Особливе значення для готельного бізнесу Канади має використання штучного інтелекту, роботизованих систем та автоматизованих сервісів. Їх застосування може стосуватися комунікації з гостями, оброблення запитів, бронювання, інформаційного супроводу, аналітики попиту та оптимізації внутрішніх операцій. Водночас автоматизація не повинна розглядатися виключно як заміна людської праці. Її перспективність полягає передусім у перерозподілі функцій між людиною та технологією, коли рутинні операції передаються автоматизованим системам, а працівники концентруються на складніших, творчих та комунікативних завданнях. Аналіз сучасних технологій у готельному секторі також підкреслюють необхідність врахування кібербезпеки, кадрової готовності та організаційних обмежень під час цифрової трансформації.

Наступним важливим напрямом є персоналізація готельного обслуговування. Зростання обсягів даних про поведінку, потреби та очікування споживачів створює можливості для формування більш індивідуалізованих пропозицій. Аналіз даних дозволяє підприємствам виявляти закономірності у поведінці гостей, прогнозувати попит, удосконалювати маркетингові комунікації та формувати пропозиції відповідно до особливостей окремих сегментів. У цьому контексті інновації стають не лише засобом скорочення витрат, а й інструментом створення додаткової споживчої цінності.

Водночас цифрова трансформація канадського готельного бізнесу має розглядатися у взаємозв'язку зі сталим розвитком. Екологічні інновації поступово переходять із категорії додаткових маркетингових інструментів до складової стратегічного управління. Цифровий моніторинг споживання води та енергії, автоматизоване регулювання температури, інтелектуальні системи освітлення, оптимізація використання ресурсів, управління відходами та інші технологічні рішення створюють можливості одночасно підвищувати ефективність операцій і зменшувати негативний вплив готельної діяльності на

навколишнє середовище. Сучасні аналіз цифрової трансформації у готельній сфері також розглядають цифрові технології як інструмент підтримки екологічної сталості, зокрема через оптимізацію ресурсів та автоматизацію відповідних процесів.

Для Канади особливо актуальним є поєднання інноваційного та територіального підходів. Значна географічна протяжність країни, відмінності між провінціями та територіями, різноманітність природних і культурних туристичних ресурсів зумовлюють необхідність адаптації інноваційних моделей до особливостей конкретних дестинацій. Інноваційні рішення, ефективні у великих міських готелях Торонто, Монреаля чи Ванкувера, не обов'язково матимуть аналогічну ефективність у невеликих готелях віддалених або північних територій. Отже, перспективним напрямом є формування диференційованих моделей інноваційного розвитку з урахуванням масштабу підприємства, типу туристичної дестинації, ресурсної бази та специфіки клієнтських сегментів.

Важливою проблемою залишається доступність інновацій для малих і середніх підприємств. Високі початкові інвестиції у цифрову інфраструктуру, програмне забезпечення, кібербезпеку та навчання персоналу можуть створювати бар'єри для підприємств із обмеженими фінансовими ресурсами. Тому інноваційна політика в готельній сфері має передбачати не тільки стимулювання технологічного оновлення великих компаній, але й створення умов для поступової цифрової трансформації малого та середнього бізнесу. Особливо перспективним є поетапне впровадження технологій, за якого підприємство спочатку визначає найбільш проблемні процеси, оцінює очікуваний економічний ефект, а вже потім розширює технологічну систему.

Окремої уваги потребує людський фактор. Інноваційна трансформація змінює вимоги до професійних компетентностей працівників готельної сфери. Працівники мають володіти не тільки традиційними навичками обслуговування, а й цифровими компетентностями, умінням працювати з інформаційними системами, даними та автоматизованими платформами. Одночасно зберігається значення комунікативних навичок, емоційного інтелекту, здатності вирішувати нестандартні ситуації та підтримувати персоналізовану взаємодію з гостем. Таким чином, інноваційна модель готелю має передбачати системне навчання та підвищення кваліфікації персоналу.

Узагальнення результатів дозволяє запропонувати розгляд інноваційного механізму розвитку готельного бізнесу Канади як взаємопов'язаної системи чотирьох основних напрямів: цифрової трансформації, екологічної модернізації, клієнтоорієнтованих інновацій та розвитку людського капіталу. Їх ізольоване впровадження має менший потенціал, ніж комплексна інтеграція. Наприклад, система Internet of Things може забезпечувати збір даних про споживання ресурсів, аналітичні інструменти — перетворювати ці дані на управлінську інформацію, штучний інтелект — допомагати прогнозувати потреби, а персонал — забезпечувати практичну реалізацію прийнятих рішень. Саме така інтеграція формує цілісний інноваційний механізм.

Важливо також враховувати ризики інноваційної трансформації. До них належать кіберзагрози, захист персональних даних, значні інвестиційні витрати, технологічна залежність від постачальників, дефіцит цифрових компетентностей та можливий опір працівників організаційним змінам. Сучасні огляди цифрових технологій у готельній сфері прямо вказують на недостатню увагу частини досліджень до кібербезпеки та перспектив розвитку цифрових технологій для гнучкості й інноваційності підприємств. Тому інноваційна стратегія має передбачати не тільки очікувані переваги, а й оцінювання ризиків, механізми контролю та критерії ефективності.

Перспективи подальшого розвитку готельного бізнесу Канади пов'язані з переходом до більш інтегрованих моделей smart hospitality, у яких цифрові технології поєднуються з принципами сталого розвитку, персоналізацією та мережевою взаємодією між учасниками туристичної системи. Такий підхід дозволяє розглядати готель як елемент туристичної екосистеми, що взаємодіє з дестинацією, транспортом, туристичними атракціями, цифровими платформами, постачальниками та клієнтами. Саме екосистемна логіка є одним із ключових напрямів сучасного розуміння smart hospitality.

Отже, інноваційний розвиток готельного бізнесу Канади має комплексний характер і не може бути зведений лише до впровадження окремих цифрових технологій. Його основу становить системне поєднання технологічних інновацій, організаційних змін, розвитку персоналу, персоналізації послуг, екологічної відповідальності та взаємодії з туристичною дестинацією. При цьому результативність інновацій залежить від того, наскільки технологічні рішення відповідають стратегічним цілям підприємства та реальним потребам його клієнтів. Тому перспективна модель канадського готельного бізнесу має базуватися на принципах технологічної адаптивності, клієнтоорієнтованості, ресурсоефективності, кадрової готовності та екосистемної взаємодії. Саме комплексне застосування зазначених механізмів створює організаційні передумови для підвищення стійкості підприємств, удосконалення якості готельних послуг та підтримання їхньої конкурентоспроможності в умовах динамічних змін туристичного ринку.

REFERENCES:

Begum, N., Talwar, S., Kaur, P., & Dhir, A. (2025). Consumers' acceptance of service robots in hotels: A meta-analytic review. *International Journal of Hospitality Management, 126*, Article 104033. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104033

Bekele, H., Raj, S., Singh, A., Joshi, M., & Kajla, T. (2024). Digital transformation and environmental sustainability in the hospitality industry: A three-wave time-lagged examination. *Journal of Cleaner Production, 484*, Article 144263. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.144263

Bešić, C., Bogetić, S., Bakator, M., & Petrevska, I. (2024). The impact of sustainability, digital technologies, and employee knowledge on the competitiveness

of personalized tourist offer. *Hotel and Tourism Management, 12(1),* 7–21. https://doi.org/10.5937/menhottur2401007B
Bowie, D., Buttle, F., Brookes, M., & Mariussen, A. (2024). *Hospitality marketing (4th ed.)*. Routledge. https://www.routledge.com/
Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management, 71,* 41–50. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011
Buhalis, D., & Moldavska, I. (2022). Voice assistants in hospitality: Using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, 13(3),* 386–403. https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2021-0104
Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35(1),* 369–393. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497
Canadian Tourism Data Collective. (2025). *The value of travel and tourism in Canada*. https://www.tourismdatacollective.ca
Destination British Columbia. (2025). *Tourism in British Columbia: Official destination information*. https://www.hellobc.com
Destination Canada. (2025). *Value of tourism.* https://www.destinationcanada.com/en-ca/value-of-tourism
Destination Ontario. (2025). *Ontario travel and tourism.* https://www.destinationontario.com
Government of Canada. (2025a). *Accommodation and food services: Canadian industry statistics*. https://ised-isde.canada.ca/app/ixb/cis/summary-sommaire/72
Government of Canada. (2025b). *Provinces and territories.* https://www.canada.ca/en/intergovernmental-affairs/services/provinces-territories.html
Government of Yukon. (2025). *Tourism and culture*. https://yukon.ca/en/tourism-and-culture
Gössling, S., Hall, C. M., & Scott, D. (2015). *Tourism and water: Interactions, impacts and challenges*. Channel View Publications. https://www.channelviewpublications.com/
Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J.-P., Dubois, G., Lehmann, L. V., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. *An international review. Tourism Management, 33(1),* 1–15. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.015
Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism, 29(1),* 1–20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708
Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 25(3),* 179–188. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8
Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism, 29(7),* 1021–1042. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019

Ivanov, S., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, *27/28*, 1501–1517. https://doi.org/10.34624/rtd.v0i27/28.10144
Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2014). Sustainability in the global hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 26(1)*, 5–17. https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2012-0180
Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2016). Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *28(1)*, 36–67. https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2015-0300
Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *26(5)*, 727–750. https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2013-0367
Liu, H., Zhang, Y., Wang, J., & Li, X. (2024). Understanding customer experience for sustainable innovation: An integration of conscious and unconscious perspectives of theme hotel guests. *Sustainability*, *16(13)*, Article 5274. https://doi.org/10.3390/su16135274
Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, *1(1–2)*, 36–46. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.08.001
Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). A typology of technology-enhanced tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*, *16(4)*, 340–350. https://doi.org/10.1002/jtr.1958
Newfoundland and Labrador Tourism. (2025). *Official tourism information*. https://www.newfoundlandlabrador.com
Parks Canada. (2025). *National parks of Canada*. https://parks.canada.ca/pn-np
Statistics Canada. (2024). *Accommodation services, 2023*. The Daily. https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/241202/dq241202a-eng.htm
Statistics Canada. (2026). *Travel and tourism statistics*. https://www.statcan.gc.ca/en/subjects-start/travel_and_tourism
Stylos, N., Zwiegelaar, J., & Buhalis, D. (2021). Big data empowered agility for dynamic, volatile, and time-sensitive service industries: The case of tourism sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *33(3)*, 1015–1036. https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2020-0675
Tourism Industry Association of Canada. (2025). *Tourism Industry Association of Canada: Official website*. https://tiac-aitc.ca
Tourism Nova Scotia. (2025). *Official tourism information*. https://www.novascotia.com
Tourisme Montréal. (2025). *Montréal tourism and hospitality information*. https://www.mtl.org
Travel Alberta. (2025). *Alberta tourism and destinations*. https://www.travelalberta.com
Travel Nunavut. (2025). *Nunavut tourism and Arctic travel*. https://travelnunavut.ca

Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, *81*, Article 102883. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883

UN Tourism. (2025). *World Tourism Barometer*. https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data

Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes, J. H., & Uysal, M. (2015). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction? *International Journal of Hospitality Management*, *44*, 120–130. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.013

Zeng, Z., Chen, P.-J., & Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geographies*, *22(3)*, 724–734. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762118

ABSTRACTS

Section 1. Historical aspects, evolution, and modern transformations of key destinations

***Vadym Orekhovskyi*. Tourism in the Ancient World: Features of Development in Ancient Greece and Rome**. The aim of the study is a comprehensive analysis of the development of travel and early forms of tourism in Ancient Greece and the Roman Empire. It reveals the main conditions of travel in the ancient world: the condition of roads, means of transport, the features of sea travel, as well as the risks associated with robbery and piracy. Considerable attention is paid to the social aspects of travel, in particular the institutios of hospitality and the formation of the first elements of tourism infrastructure. The author examines in detail different types of travel: religious, sports, health, educational, trade. It is shown that such travel was an important component of the cultural, economic and religious life of ancient societies. The emergence of elements of tourist culture - souvenirs, graffiti, guide services and the emergence of specialized travel routes - is highlighted. In general, the study demonstrates that in the ancient world there were already numerous features inherent in modern tourism.

***Vasylchuk Volodymyr*. Historical aspects of the evolution of tourism in Germany.** The section explores the genesis, evolution, and current state of the tourism sector and the hotel industry in Germany in the context of world civilization development and globalization processes. The transition from spontaneous travel to organized tourism under the influence of industrialization and the expansion of railway and shipping transport is examined. The evolution of theoretical approaches to tourism studies (ranging from early German-language concepts of Fremdenverkehr to modern interdisciplinary research) is analyzed. Special attention is paid to the philosophical and anthropological aspects of travel through the concept of Homo viator, as well as the role of sacred texts and pilgrimage in the historical development of journeys.
The stages of the formation of the hospitality industry are highlighted—from ancient and medieval roadside taverns and monastic shelters to luxury grand hotels and modern hotel chains. The regional specifics of tourism development in the federal states of Germany are investigated, focusing on the role of the exhibition business, gastronomic and wine tourism (features of German winemaking and traditional festivals such as Oktoberfest), as well as health, wellness, and sanatorium-resort potential. A statistical and economic analysis of the relationship between regional GDP and tourism development indicators is carried out. The activities of leading

industry associations and the state policy supporting and regulating the tourism sector at the present stage are characterized.

***Tsypko Victoria*. Cruise Tourism in the Context of Global Transformations and Challenges: The UAE Experience**. This section of the monograph highlights the theoretical and methodological foundations and current development trends of cruise tourism as a highly dynamic element of the global hospitality industry. The evolution of water journeys, the specifics of cruise product classification, as well as key organizational, legal, and marketing aspects of marine and river tourism operations are examined. Special attention is focused on analyzing the infrastructure potential, route geography, and consumer behavior patterns on a global scale.

Using the United Arab Emirates as a case study, the prospects of transforming the region into a leading global cruise hub are comprehensively analyzed. The role of key port terminals (Dubai, Abu Dhabi, and Sharjah) and the Cruise Arabia regional alliance in developing multimodal logistics and the «Fly-Cruise» system is determined. The socio-economic impact of the industry, the influence of seasonality, and environmental safety challenges are assessed, alongside outlining strategic directions for the sustainable development of cruise tourism taking into account modern trends in decarbonization and digitalization.

***Borysova Oksana.* Sightseeing Objects in the Area Studies of France**. The monograph examines the theoretical and practical aspects of studying France's excursion sites within the context of country studies and the development of excursion tourism. Particular attention is devoted to the historical-cultural, sacred, and memorial dimensions of the country’s tourism space, which allows for revealing the multifaceted nature of its national heritage, the specifics of cultural memory formation, and the significance of material and immaterial values in preserving historical identity. Within the framework of the research, necropolis excursion sites are considered as sources of historical information and components of the cultural landscape, along with France's sacred natural and cultural heritage as an important resource for educational tourism.

A special place is occupied by the study of memorial locations associated with the life and activities of prominent representatives of Ukraine, which contributes to deepening the understanding of Ukrainian-French cultural interrelations and actualizes the potential of such sites in the development of thematic excursion routes aimed at fostering international cultural dialogue.

Section 2. Economic impact, specialized types, and regional specificities

Shcherbakova Nadiia. **The Impact of International and Domestic Tourism on the US Economy**. This work examines the impact of international and domestic tourism on the economy of the United States of America. It analyses trends in tourist flows, expenditure, value added and employment, and identifies the role of tourism in the development of transport infrastructure, the hotel and restaurant sector, the retail trade and the entertainment industry. The paper examines the characteristics of the recovery of tourism following the COVID-19 pandemic, current trends in international and domestic tourism demand, as well as the main challenges and prospects for the development of the US tourism industry. It substantiates the cross-sectoral nature of tourism and its significance for economic growth, job creation and regional development.

Lavrynovych Olena. **Theoretical Foundations and Dimensions of Inclusive Tourism Implementation: The Spanish Experience**. The study provides a comprehensive theoretical and methodological examination of inclusive tourism as an integral component of the contemporary socially oriented development of the tourism sector. It analyzes the evolution of conceptual foundations of accessibility in tourism—ranging from socio-compensatory models and the «tourism for all» concept to modern universal approaches and the barrier-free paradigm, which is of particular relevance to Ukraine in the context of postwar recovery. The multifunctional nature of inclusive tourism is revealed, combining recreational, rehabilitation, and sociocultural functions, while ensuring the integration of universal design principles across all stages of tourism product creation. The core dimensions of inclusive tourism implementation—state-regulatory, infrastructural, organizational-managerial, sociocultural, and personal—are identified and characterized, forming a holistic analytical model for ensuring an accessible and barrier-free environment. Based on the generalization of international experience (specifically Spanish practices) and domestic realities, the study substantiates pathways for developing an inclusive tourism ecosystem that harmonizes public policy, digital technologies, transport infrastructure, and professional ethics to guarantee equal opportunities, mobility, and respect for human dignity.

Gedin Maksim. **Features of the Development of Cultural and Educational Tourism in China and Ukraine**. This paper examines the distinctive nature and uniqueness of the development of cultural and educational tourism in China and Ukraine. It analyses its key destinations and main trends, which characterise the significance and essence of this category. It has been established that, in addition to

its informational nature, this type of tourism is also cognitive, educational and elitist in character, promoting and explaining cultural ideas aimed at satisfying consumer needs through the use of tourism products. It has been established that both countries possess exceptionally rich resources; however, their tourism potential, infrastructure and management strategies differ significantly. The key factors for the successful development of cultural and educational tourism in China have been analysed, in particular government policy, strategic planning, infrastructure projects and the active digitalisation of the cultural sector. A comparative analysis has been carried out between the Chinese experience and the opportunities for Ukraine, where historical, cultural and religious tourism holds significant potential. The prospects for implementing China's best practices to develop Ukrainian cultural and educational tourism have been identified. Historical parallels and opportunities for the development of religious tourism in China and Ukraine have been established, using the example of the potential for organising pilgrimage tours within the framework of Buddhism, Taoism and the educational and cultural practices of Confucianism.

Ivasyshyna Nataliia. **Current State and Prospects for Tourism Development in Brazil**. The study examines the current state and development prospects of tourism in Brazil in the context of international tourism and the global services market. It considers the economic, social, and integration functions of international tourism and identifies the key factors influencing its development, including economic conditions, infrastructure, political stability, and security. Particular attention is paid to Brazil's significant tourism potential, based on its natural resources, cultural heritage, and opportunities for developing various types of tourism, including beach, ecotourism, cultural, educational, and event tourism. The study identifies the main challenges facing Brazil's tourism industry, such as security concerns, uneven infrastructure development, socioeconomic disparities, and environmental issues. A comparative analysis of Brazil, Mexico, and Spain highlights Brazil's relative disadvantages in tourism infrastructure and the scale of international tourist flows, while also demonstrating its considerable potential for future growth. The results of PEST and SWOT analyses confirm that effective government policies and investment support can contribute to strengthening Brazil's position in the global tourism market. The study concludes that international tourism is an important driver of economic development and that Brazil has favourable conditions for further tourism industry expansion.

Section 3. Innovation, sustainable development, and historical and cultural potential of markets

***Bondarenko Vladislava*. Innovative Mechanisms for the Development of Canada's Hotel Business in the Context of Digitalization, Sustainable Tourism, and Transformation of Consumer Demand**. This research examines the mechanisms and strategic approaches underpinning the innovative development of Canada's hotel industry amid the ongoing digital transformation of the economy, the advancement of sustainable tourism, and the evolution of consumer demand. It provides a comprehensive analysis of the principal determinants of structural and operational change within the sector, including technological progress, shifting tourist preferences, the recovery of the tourism industry following the global pandemic, and the distinctive regional and natural tourism assets of Canada. Particular emphasis is placed on the implementation and integration of digital technologies into hotel management and service delivery, encompassing online reservation platforms, property management systems, artificial intelligence, process automation, and personalized guest services. Furthermore, the research examines the growing role of environmental responsibility, efficient resource utilization, and sustainable business practices in enhancing the operational effectiveness and competitive position of Canadian hotels.

The research establishes strategic priorities for the modernization of the hotel industry through the systematic integration of digital innovation, sustainability principles, customer-oriented management approaches, and human capital development. It identifies the principal opportunities and constraints associated with technological transformation, including capital investment requirements, cybersecurity threats, data protection challenges, workforce competencies, and organizational adaptation. The proposed conceptual framework underscores the importance of aligning technological innovation, environmental sustainability, and service quality to strengthen the long-term resilience, adaptability, and competitiveness of Canada's hotel sector. The theoretical and practical implications of the research may be relevant to scholars, academic professionals, students, tourism and hospitality practitioners, and policymakers engaged in advancing sustainable and innovation-oriented development within the hospitality industry.

***Ivanchuk Svitlana*. The Uniqueness of Active Tourism in Australia**. The development of active tourism in Australia is examined in the context of the country's unique natural and recreational resources, tourism infrastructure, and current trends in the global tourism industry. It explores theoretical approaches to defining active and adventure tourism and their relationship with the sustainable

development of tourist destinations, the protection of natural heritage, and the preservation of cultural values. The book characterizes Australia's key resources for active recreation, including ocean coastlines, coral reefs, mountain ranges, desert landscapes, tropical rainforests, national parks, and protected natural areas. Particular attention is paid to such tourism activities as trekking, hiking, surfing, diving, cycling, camping, kayaking, rock climbing, and adventure travel.
The book highlights the socioeconomic significance of active tourism for regional development in Australia, support for local communities and small and medium-sized tourism businesses, and enhancement of the country's international tourism appeal. It examines current challenges facing this sector, including tourist safety, the conservation of vulnerable ecosystems, the management of tourist flows, adaptation of infrastructure to climate change, and compliance with environmental responsibility principles. The importance of an integrated approach to tourism product development is substantiated, emphasizing the combination of natural resources, physical activity, cultural experiences, quality services, and the responsible use of tourist destinations. The book may be of interest to researchers, educators, students, tourism professionals, and anyone interested in the development of active tourism and the sustainable management of tourist destinations.

***Podpisnov Denys*. Military-historical heritage as a factor in the development of international tourism in Poland and the Baltic states**. This chapter examines military-historical heritage as a driver of international tourism development in Poland and the Baltic states. Drawing on the concept of dissonant heritage (Tunbridge & Ashworth), it uses systemic, comparative and structural-functional approaches to identify the shared mechanisms and the regional differences in how a militarised past is turned into a tourism product. The Polish model is multilayered. It combines the adaptive reuse and museumisation of fortifications and castles (Malbork, Zamość, Toruń, Modlin, Przemyśl), the conversion of former Soviet garrison towns (Bornesulinowo), the development of dispersed battlefield landscapes (the Battle of Łódź), the modernisation of interpretive museums (the Warsaw Rising Museum), and the ethically regulated memorialisation of Nazi camps (Auschwitz-Birkenau, Majdanek, Sobibór). The Baltic model is built mainly on twentieth-century "difficult" heritage: occupations, the Cold War and the restoration of independence. It rests on the "brown" and "green" heritage of the former Soviet coastal zone and on cross-border cooperation through the Military Heritage project. The revitalisation cases of Lennusadam in Tallinn, Karosta in Latvia and the Cold War Museum near Plungė in Lithuania show different ways of balancing commercialisation with memorial ethics. The author concludes that military heritage becomes a competitive international tourism resource only with effective institutional management, diversified funding

(including EU funds), modern interpretation, adequate infrastructure and the involvement of local communities. In both regions, military-historical tourism has moved beyond a niche segment. It now serves as a multifunctional instrument of regional development, cultural diplomacy, historical education and territorial branding.

ABOUT THE AUTHORS

Section 1. Historical aspects, evolution, and modern transformations of key destinations

1.1. *Vadym Orekhovskyi* – D. Sc. in Historical Sciences. Professor.
Professor of the department of food technologies, hotel and restaurant and tourist service. Chernivtsi trade and economic institute.
State University of Trade and Economics. Chernivtsi. Ukraine

1.2. *Vasylchuk Volodymyr* – D.Sc. in Historical Sciences. Professor.
Head of the Department of History and Tourism.
Kyiv National Linguistic University. Kyiv. Ukraine.

1.3. *Tsypko Victoria* – Professor. Professor at the department of Tourism.
Head at the Department of Tourism.
National Transport University. Kyiv. Ukraine

1.4. *Borysova Oksana* – Ph. D in Geographic Sciences.
Associate Professor of the Department of Tourism.
National Transport University. Kyiv. Ukraine.

Section 2. Economic impact, specialized types, and regional specificities

2.1. *Shcherbakova Nadiia* – Ph. D in Economic Sciences
Associate Professor. Associate Professor of the Department of Tourism.
National Transport University. Kyiv. Ukraine.

2.2. *Lavrynovych Olena* – Ph. D in Philosophy Sciences.
Associate Professor of the Department of Philosophy and Pedagogical.
National Transport University. Kyiv. Ukraine.

2.3. *Gedin Maksim* – Ph. D in Historical Science, Associate Professor .
Associate Professor of the Department of History and Tourism.
Kyiv National Linguistic University. Kyiv. Ukrain.

2.4. *Ivasyshyna Nataliia* – Ph. D in Economic Sciences.
Associate Professor. Associate Professor of the Department of Tourism.
National Transport University. Kyiv. Ukraine.

Section 3. Innovation, sustainable development, and historical and cultural potential of markets

3.1. *Bondarenko Vladislava* – Senior Lecturer of the Department of Tourism. National Transport University. Kyiv. Ukraine.

3.2. Ivanchuk Svitlana – Ph. D in Economic Sciences. Associate Professor. Associate Professor of the Department of Tourism. National Transport University. Kyiv. Ukraine.

3.3. *Podpisnov Denys* – Assistant Lecturer of the Department of Tourism National Transport University, Kyiv, Ukraine

INTERNATIONAL TOURISM IN THE MODERN WORD , PH Education and Sciense , 2026 , 305 p.

Editorial board

1. **Tsypko Victoriia**–Professor. Professor at the department of Tourism. Head at the Department of Tourism. National Transport University. Kyiv. (Ukraine);
2. **Vasylchuk Volodymyr** – D.Sc. in Historical Sciences. Professor. Head of the Department of History of Ukraine and Tourism. Kyiv National Linguistic University. Kyiv. (Ukraine);
3. **Shcherbakova Nadiia –** Ph. D in Economic Sciences. Associate Professor. Associate Professor of the Department of Tourism. National Transport University. Kyiv. (Ukraine).

Reviewers

Ing. Marek Dvořák, Ph.D., Ing.Paed.IGIP is an assistant professor and researcher at the Department of Trade and Finance, Faculty of Economics and Management (PEF) at the Czech University of Life Sciences Prague (ČZU) https://sciprofiles.com/profile/Dvorak

mgr. Yekimov Sergiy PhD , assistant professor ,Faculty of Business and Economics , Department of Business Economics, Mendel University in Brno https://pef.mendelu.cz/lide-na-mendelu/?pid=125349&psn=200

Publishing house Education and Science s.r.o.
· IČO : 271 56 877 · Olštýnská 607/1, Praha 8· MS v Praze , oddíl C,vložka 100614.

ISBN 978-80-909811-4-0

© Team of authors , 2026

TABLE OF CONTENTS

Section 1. Historical aspects, evolution, and modern transformations of key destinations

1.1. Tourism in the Ancient World: Features of Development in Ancient Greece and Rome 6
1.2. Historical Aspects of the Evolution of Tourism in Germany 35
1.3. Cruise tourism in the context of global transformations and challenges: The UAE experience 58
1.4. Excursion Objects in the Area Studies of France 84

Section 2. Economic impact, specialized types, and regional specificities

2.1. Impact of International and Domestic Tourism on the US Economy 109
2.2. Theoretical Foundations and Dimensions of Inclusive Tourism Implementation in Spain 143
2.3. Specifics of the Development of Cultural and Educational Tourism in China and Ukraine 162
2.4. Current State and Development Prospects of Tourism in Brazil 190

Section 3. Innovation, sustainable development, and historical and cultural potential of markets

3.1. Innovative Mechanisms for Hotel Business Development in Canada in the Context of Digitalization, Sustainable Tourism, and Consumer Demand Transformation 222
3.2. Uniqueness of Active Tourism in Australia 247
3.3. Military-Historical Heritage as a Factor in the Development of International Tourism in Poland and the Baltic States 276

Annotation 297

About the authors 304