

DOI : 10.33274/2079-4819-2022-77-2-94-102

JEL : L83, O31, F 29

УДК 338.48-44(100):001.895-043.86-047.44(045)

Горіна Г. О.,
д-р екон. наук,
професор

Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

Романуха О. М.,
канд. істор. наук,
доцент

e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

Лакомова О. Й.,
канд. географ. наук,
доцент

e-mail: lakomova@donnuet.edu.ua

Снігур К. В.,
старший викладач

e-mail: snigur@donnuet.edu.ua

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ: ЗМІСТОВИЙ ТА БІБЛІОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ

Gorina . G. O.,
Grand PhD i
n Economic Sciences,
Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

Romanukha O. M.,
PhD in History,
Associate Professor

e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

Lakomova O. Y.,
PhD in Geography,
Associate Professor

e-mail: lakomova@donnuet.edu.ua

Snihur K. V.,
Senior lecturer

e-mail: snigur@donnuet.edu.ua

INNOVATION DEVELOPMENT TRENDS IN INTERNATIONAL TOURISM: CONTENT AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS

***Мета.** Метою статті є визначення сучасних трендів розвитку інновацій у міжнародному туризмі шляхом систематизації наукової і аналітичної літератури та бібліометричного аналізу терміну «інновації в туризмі».*

***Методи.** Для досягнення мети використовувалися такі методи дослідження як літературний огляд, змістовий та кількісний бібліометричний аналіз. Огляд звітів міжнародних організацій застосовувався задля виявлення, збирання та аналізу даних щодо сучасних трендів розвитку інновацій у міжнародному туризмі, а також їх критичної оцінки. Змістовий аналіз здійснювався задля визначення складових екосистеми інновацій та підприємництва в міжнародному туризмі, визначення інноваційних сфер (систем) міжнародного туризму. Кількісний бібліометричний аналіз наукових досліджень з питань туристичних інновацій здійснювався з використанням інструментарію візуалізації даних наукометричної бази даних Scopus (Elsevier). Часовий інтервал дослідження складав 22 роки (2000–2022 рр.) за пошуковим запитом — «Tourism Innovation».*

© Г. О. Горіна, О. М. Романуха, О. Й. Лакомова, К. В. Снігур, 2022

Результати. Проведено кількісний бібліометричний аналіз документів за пошуковим запитом «Tourism Innovation» за період 2010–2022 р. у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier) за допомогою використання інструментарію візуалізації даних. Аналіз проведено по трьом параметрам: 1) кількість документів за досліджуваний період; 2) країнова приналежність авторів; 3) галузевий розподіл документів. Проаналізовано зміст найбільш цитованих публікацій за тематикою, яка досліджується. Опрацьовано положення Стратегії інновацій, освіти, цифрової трансформації та інвестицій UNWTO, а також досліджено практичну діяльність організації з її реалізації. Це дозволило виокремити елементи екосистеми інновацій та підприємництва в міжнародному туризмі та визначити функції та ролі учасників екосистеми у просуванні та формуванні трендів розвитку інновацій. Опрацьовано та здійснено критичний аналіз Світового звіту з інновацій та розвитку туризму (2021–2022) оприлюдненого WTA і Центром досліджень туризму Китайської академії соціальних наук, дозволили дійти висну, що індустрія міжнародного туризму йде шляхом відновлення після COVID-19, заснованого на шести інноваційних сферах: технологічні інновації, організаційні інновації, продуктові інновації, маркетингові інновації, інституційні інновації, інновації у державних послугах, кожна з яких має специфічні діапазони (можливості) використання та майбутні тренди, що формуються.

Ключові слова: туризм, туристичні інновації, міжнародний туризм, змістовий аналіз, бібліометричний аналіз.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі інновації — це рушійна сила людства, а також головний фактор розвитку туризму у поляризованому туристичному просторі. У порівнянні із генеруванням та опануванням інновації у сфері туризму та їх швидкою дифузиею, систематичні дослідження інновацій у сфері туризму, особливо загальна оцінка в глобальному масштабі, залишаються неадекватними, а теоретичний апарат дослідженої проблематики — несистематизованим та нерозбудованим, незважаючи на зростаючий інтерес дослідників до цієї проблематики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Підвищення уваги та зацікавленості науковців до теоретичних та прикладних аспектів розвитку інновацій в туризмі підтверджується сталим збільшенням відповідних досліджень у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier). Так, за період 2010–2022 р. кількість документів у базі за пошуковим запитом «Tourism Innovation» збільшилась з 9 до 605 одиниць, причому стрімке зростання припадає на 2017–2021 рр. (рис. 1а). Так як дані за 2022 р. не є повними, не можна наразі стверджувати про зниження кількості відповідних досліджень та робити висновки щодо зменшення актуальності даної проблематики для науковців.

За країною приналежністю (рис. 1б) беззаперечним лідером є Китай — 603 документи у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier) за пошуковим запитом «Tourism Innovation», на другому місці — Іспанія (384 документи), на третьому — Сполучене Королівство (312 документів). Також до п'ятірки лідерів входять Італія та США. Труди українських науковців за 2000–2022 рр. у відповідній базі налічують 27 одиниць.

Оскільки феномен туризму наразі вивчається та досліджується загальними зусиллями спеціалістів різних наукових галузей, доцільним є звернутися до статистичних методів аналізу наукових документів з метою виявлення тенденцій розвитку предметних галузей за досліджуваним питанням. Так, бібліометричний аналіз наукових досліджень з питань туристичних інновацій у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier) у розрізі галузей знань дозволяє стверджувати про привалювання документів за пошуковим запитом «Tourism Innovation» за галуззями «Бізнес, менеджмент та бухгалтерський облік» (25%; 2177 одиниць), «Соціальні науки» (21%; 1822 одиниць), «Науки про довкілля» (10%; 865 одиниць); «Інформатика» (8%; 727 одиниць), «Економіка, економетрика та фінанси» (8%, 705 документів), «Інжиніринг» (7%; 598 одиниць). Найменш популярними

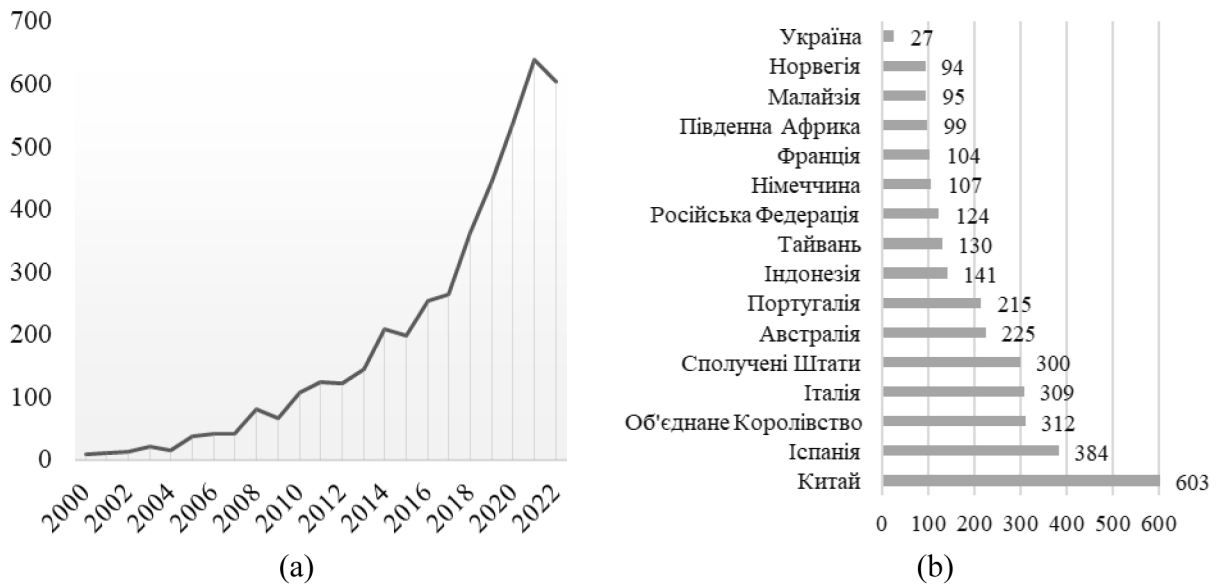


Рис. 1. Кількість документів за пошуковим запитом «Tourism Innovation» у динаміці (а) та за країною приналежності (б) за 2000–2022 рр. у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier)

галузями знань з дослідження інновацій в туризмі (за якими відсоток досліджень від загальної кількості складає менше «1») є «Біохімія, генетика та молекулярна біологія», «Хімічна інженерія», «Мультидисциплінарні», «Медичні професії», «Хімія», «Фармакологія, токсикологія та фармацев-

тика», «Сестринське діло», «Імунологія та мікробіологія», «Неврологія», «Ветеринарія» (рис. 2). Проте, слід констатувати, що за цими галузями також проводяться відповідні дослідження, хоча і в незначній кількості.

Задля визначення останніх трендів у дослідженнях та публікаціях щодо розвитку ін-



Рис. 2. % документів за пошуковим запитом «Tourism Innovation» за галузями знань за 2000–2022 рр. у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier)

новацій у міжнародному туризмі звернемося до найбільш цитованих публікацій у наукометричній базі даних Scopus (Elsevier) за тематикою, яка вивчається.

Д. Гутентаг [1] (1017 цитувань) використовує поняття проривних інновацій для дослідження нової бізнес-моделі Airbnb, яка побудована на сучасних інтернет-технологіях і чіткої привабливості Airbnb, яка зосереджена на економії коштів, побутових зручностях і потенціалі для більш автентичного місцевого досвіду. А. Х'ялагер [2] (833 цитування) розглядає різні категорії інновацій в міжнародному туризмі — продукт, процес, менеджмент, маркетинг та інституційні інновації. Визначаються важливі детермінанти туристичних інновацій, зокрема роль підприємництва, технологічний поштовх та існування територіальних промислових кластерів. У. Гретцель, М. Сігала, З. Сян та Ч. Ку [3] (785 цитувань) досліджують концепцію розумного туризму, яка використовується для опису дедалі більшої залежності туристичних місць, їх галузей і туристів від нових форм ІКТ, які дозволяють перетворювати величезні обсяги даних у ціннісні пропозиції. У дослідженні дається визначення розумного туризму, проливається світло на поточні тенденції розумного туризму, викладаються його технологічні та бізнес-основи. М. Новеллі, Б. Шмітц та Т. Спенсер [4] (499 цитувань) досліджують мережі та кластери як основу, що надає малим і середнім підприємствам інноваційні можливості для роботи в конкурентному туристичному середовищі. Науковці здійснюють огляд відповідної літератури про кластери, мережі та інновації туристичного бізнесу, зосереджують увагу на конкретних питаннях туризму здорового способу життя. Ю. Стамбуліс, П. Скаяніс [5] (446 цитувань) доходять висновку, що ІКТ втілюють широкий спектр можливостей і викликів для всіх гравців у туристичному ланцюжку створення вартості. Основні тенденції до цього часу показують, що в цьому ланцюжку створення вартості основні інвестиції були зроблені в напрямку реорганізації інформаційних транзакцій.

Метою статті є визначення сучасних трендів розвитку інновацій у міжнародному туризмі шляхом систематизації наукової і аналітичної літератури та бібліометричного аналізу терміну «інновації в туризмі».

Виклад основного матеріалу дослідження. Низка міжнародних організацій туристичного спрямування здійснюють свій внесок у дослідження, розвиток та поширення міжнародних туристичних інновацій. Одну із провідних ролей у цьому напрямку відіграє Всесвітня туристична організація (World Tourism Organization (UNWTO)), яка зосереджує свою діяльність на Стратегії інновацій, освіти, цифрової трансформації та інвестицій. За допомогою цієї стратегії UNWTO прагне сприяти діджиталізації туризму та створенню екосистеми інновацій та підприємництва, яка максимізує потенціал сектора з точки зору економічного зростання, створення робочих місць і сталого розвитку.

Згідно UNWTO екосистема інновацій та підприємництва в міжнародному туризмі створюється як результат спільних дій урядів, наукових кіл, корпорацій, мікро-, малих та середніх підприємств та стартапів, інвесторів, підтримуючих ділових партнерів (акселераторів, інкубаторів тощо) та інших зацікавлених сторін. Сприяння успішним інноваціям у туризмі та підприємницькій екосистемі потребує підключення всіх зацікавлених сторін до співробітництва та надання пріоритетної уваги нарощуванню потенціалу у галузі туризму та технологій (рис. 3) [UNWTO].

Комплексне дослідження сучасних трендів розвитку інновацій у міжнародному туризмі було здійснено Всесвітнім туристичним альянсом (World Tourism Alliance (WTA)) і Центром досліджень туризму Китайської академії соціальних наук та оприлюднено у World Tourism Innovation and Development Report (2021–2022) [7]. Звіт зосереджується на теорії та практиці глобальних туристичних інновацій, надає довідкову інформацію для прийняття рішень та інтелектуальну підтримку урядам і індустрії туризму шляхом створення аналітичної основи для інновацій



Рис. 3. Екосистема інновацій та підприємництва в міжнародному туризмі за UNWTO
(складено за [6])

у світовому туризмі, представляючи останні особливості світових туристичних інновацій, аналізуючи ключові елементи інновацій у туристичній індустрії та прогнозуючи майбутні тенденції глобальних інновацій у туризмі. Згідно World Tourism Innovation and Development Report (2021–2022) індустрія міжнародного туризму йде шляхом відновлення після COVID-19, заснованого на шести інноваційних сферах (табл. 1).

Технологічні інновації. Приймавши нову технологічну революцію, індустрія туризму набула нового вигляду та отримала нові можливості для майбутнього зростання. Технологічні інновації розширили попит у туризмі, зробили більше часу доступним для дозвілля та посилили мотивацію до подорожі, помітно збільшили різноманітність туристичних продуктів. Інтенсивне застосування AI технологій підвищило ефективність туристичного виробництва. Нові тран-

спортні технології, технології збереження спадщини та виставкові технології, а також технології захисту безпеки та реагування на надзвичайні ситуації були широко застосовані в індустрії туризму та значно зміцнили туристичну інфраструктуру. Нові електронні методи оплати та технології IoT сприяли модернізації туристичних державних послуг, розвитку соціальних медіа та коротких відео створили нові платформи та засоби для туристичного маркетингу. Технології стимулюють інновації у туристичній індустрії за рахунок скорочення витрат, збільшення ефекту масштабу, збагачення вражень відвідувачів, підвищення ефективності обслуговування, зміцнення туристичної інфраструктури, орієнтації на конкретні групи клієнтів та посилення маркетингових ефектів. Технологічні інновації також вносять значні зміни в попит, пропозицію та модель зростання туристичної галузі.

Інноваційні сфери (системи) міжнародного туризму за WTA (складено за [7])

Сфери	Діапазон (можливості) використання	Майбутні тенденції
Технологічні інновації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технологія AR/VR. 2. Технологія великих даних. 3. Технологія 5G. 4. Технологія блокчейн. 5. Технологія LBS. 6. Зелені та низьковуглецеві технології. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технологічні інновації, орієнтовані на туристів: зручність, різноманітність та кастомізація. 2. Технологічні інновації, орієнтовані на бізнес: якісне обслуговування, точний маркетинг і ефективна робота. 3. Технологічні інновації, орієнтовані на уряд: інтелектуальне управління, державні послуги, управління надзвичайними ситуаціями.
Організаційні інновації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегічні інновації. 2. Технологічні інновації. 3. Інновації під тиском ринку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інтелектуальна трансформація. 2. Цифрова трансформація. 3. Низьковуглецеве перетворення. 4. Інтернаціоналізація.
Продуктові інновації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення меж дестинацій. 2. Пошук бізнес-можливостей виходу з кризи. 3. Розширення асортименту продукції. 4. Зосередження на сталому розвитку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Якість. 2. Вишуканість. 3. Кастомізація. 4. Цифрування. 5. Досвід. 6. Стійкість.
Маркетингові інновації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Короткі відеоролики. 2. Storytelling. 3. Соціальні продажі. 4. Сталий маркетинг. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технології даних. 2. Інновації в маркетингових інструментах. 3. Цифровий сервіс.
Інституційні інновації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поступове послаблення прикордонного контролю. 2. Політика «поїздок без карантину» в певних напрямках. 3. IATA Travel Pass. 4. Паспорт вакцинації. 5. Travel Bubble. 6. Traffic Light. 7. Стимулювання внутрішнього туризму. 8. Політика підтримки індустрії туризму. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увага до ефективності заходів сприяння розвитку транскордонного туризму. 2. Акцент на відновленні та інституційних інноваціях внутрішнього туристичного ринку. 3. Урядова оцінка туристичної політики та оптимізація системи з довгострокової перспективи.
Інновації у державних послугах	<ol style="list-style-type: none"> 1. Безпека та захист туризму. 2. Контроль та керування поїздками. 3. Туристичні інформаційні послуги. 4. Розвиток державних туристичних ресурсів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення ефективних і безпечних подорожей за допомогою сучасних технологій. 2. Надання диверсифікованих послуг за допомогою технологічних засобів. 3. Підвищення ефективності надання послуг шляхом участі багатьох зацікавлених сторін. 4. Прагнення до кращого туристичного досвіду. 5. Приділення більшої уваги універсальності.

Організаційні інновації в туризмі проявляються в основному через чотири типи організаційної трансформації: по-перше, інтелектуальна трансформація, зосереджена на характері галузі; по-друге, цифровізація, зосереджена на природі бізнесу; по-третє, низьковуглецева трансформація з упором на концепцію розвитку; по-четверте, інтернаціоналізація, орієнтована на перспективу розвитку. Вся галузь реконструюється ґрунтуючись на уроках, отриманих під час пандемії. Нові туристичні організації, які є більш просунутими, гнучкими, стійкими та інтернаціоналізованими, знаходяться в стадії становлення, забезпечуючи базові елементи для стимулювання інноваційного розвитку індустрії туризму.

Продуктові інновації. Пандемія COVID-19 пришвидшила застосування інновацій в туристичних продуктах. Базуючись на нових вимогах ринку, індустрія туризму зробила низку серйозних інновацій у продуктах і послугах. По-перше, розширено межі туристичних дестинацій. Традиційні типи природних і культурних дестинацій розширюються в космічний, цифровий, макро- та мікровиміри. Розширені межі туристичних продуктів також відкривають нове уявлення про майбутнє туризму. По-друге, індустрія туризму шукає нові можливості для бізнесу під час кризи та вивчає нові типи послуг, щоб адаптуватися до змін, викликаних пандемією. По-третє, обсяг туристичних продуктів було розширено відповідно до підвищення рівня споживання для задоволення потреб нового покоління споживачів. По-четверте, із збільшенням уваги до сталого розвитку індустрія туризму стала лідером глобальної тенденції до вуглецевої нейтральності. Ці інновації сприяють розробці якісних, вдосконалених, індивідуальних, оцифрованих, заснованих на досвіді та стійких туристичних продуктах і послугах.

Маркетингові інновації. Спалах пандемії COVID-19 посприяв розвитку цифрового маркетингу. Користуючись перевагами технологічного прогресу, туристичні дестинації та компанії перебудовують свої маркетингові канали та використовують великі дані для

просування нових форм маркетингу туризму. Базуючись на цифрових каналах і цифрових технологіях, вони використовують інноваційні рішення в наступних шести сферах: 1) проведення цільового маркетингу на основі точок дотику під час шляху споживачів до покупки; 2) використання останніх трендів реклами та технологій; 3) управління та відстеження даних про прибуток і ефективність міжканальних маркетингових кампаній; 4) коригування існуючих маркетингових стратегій відповідно до того факту, що споживачі знаходяться онлайн 24/7; 5) досягнення та залучення нових клієнтів; 6) надання персоналізованої реклами та послуг у режимі реального часу.

Інституційні інновації. Пандемія COVID-19 поставила нове завдання для формування туристичної політики, правил і стандартів. Все більше країн і регіонів зараз вивчають політичні умови для послаблення прикордонного контролю та поживлення туристичного сектору. Країни та дестинації по всьому світу шукають інноваційні способи збалансувати боротьбу з пандемією та відродити туризм, а також забезпечити основу для інноваційної туристичної політики після пандемії.

Інновації у державних послугах. Пандемія COVID-19 змінила спосіб життя людей, соціальне спілкування, поведінку під час подорожей. Нові реалії та норми відпочинку та пересування підвищили вимоги до стандартів надання туристичних послуг населенню. У нових інноваційних умовах спостерігається динамічний прогрес як у конотації, і у охопленні державних послуг, з'являються нові форми інновацій у туристичних державних послугах. Прогрес цифрових та інтелектуальних технологій підштовхує до інновацій у державних туристичних послугах та вносить нові зміни в такі галузі, як захист та безпека туризму, нагляд та управління туризмом, туристичні інформаційні послуги та розвиток державних ресурсів туризму. Це створює більш ефективну, диверсифіковану, популярну та справедливую індустрію туризму та сприяє всебічній трансформації галузі.

Висновки. Кількісний бібліометричний аналіз наукових досліджень з питань туристичних інновацій, який було здійснено за допомогою використання інструментарію візуалізації даних наукометричної бази даних Scopus (Elsevier) дозволяє зробити висновок щодо суттєвого збільшення кількості документів у базі за пошуковим запитом «Tourism Innovation» за період 2010–2022 р. (з 9 до 605 одиниць) зі стрімким зростанням у 2017–2021 рр. За країною приналежністю беззаперечним лідером за кількістю відповідних документів є Китай — 603 документи, на другому місці — Іспанія (384 документи), на третьому — Сполучене Королівство (312 документів). У розрізі галузей знань привалюють документи у сферах «Бізнес, менеджмент та бухгалтерський облік» (25%; 2177 одиниць), «Соціальні науки» (21%; 1822 одиниць), «Науки про довкілля» (10%; 865 одиниць); «Інформатика» (8%; 727 одиниць), «Економіка, економетрика та фінанси» (8%, 705 документів), «Інжиніринг» (7%; 598 одиниць). Вивчення положень Стратегії інновацій, освіти, цифрової трансформації та інвестицій UNWTO, а також практичну діяльність організації з її реалізації, дозволило виокремити елементи екосистеми інновацій та підприємництва в міжнародному туризмі та визначити функції та ролі учасників екосистеми у просуванні та формуванні трендів розвитку інновацій. Опрацювання та критичний аналіз Світового звіту з інновацій та розвитку туризму (2021–2022) оприлюдненого WTA і Центром досліджень туризму Китайської академії соціальних наук дозволили дійти висну, що індустрія міжнародного туризму йде шляхом відновлення після COVID-19, заснованого на шести інноваційних сферах: технологічні інновації, організаційні інновації, продуктові інновації, маркетингові інновації, інституційні інновації, інновації у державних послугах, кожна з яких має специфічні діапазони (можливості) використання та майбутні тренди, що формуються.

Список літератури

1. Guttentag D. Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism ac-

commodation sector. *Current Issues in Tourism*. 2015. 18(12). С. 1192–1217. doi:10.1080/13683500.2013.827159.

2. Hjalager A. A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*. 2010. 31(1). С. 1–12. doi:10.1016/j.tourman.2009.08.012.

3. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*. 2015. 25(3). С. 179–188. doi:10.1007/s12525-015-0196-8.

4. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*. 2006. 27(6). С. 1141–1152. doi:10.1016/j.tourman.2005.11.011.

5. Stamboulis Y., Skayannis P. Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*. 2003. 24(1). С. 35–43. doi:10.1016/S0261-5177(02)00047-X.

6. World Tourism Organization. Innovation, education and investments. URL: <https://www.unwto.org/innovation-investment-and-digital-transformation>.

7. World Tourism Alliance, Tourism Research Center, Chinese Academy of Social Sciences. World Tourism Innovation and Development Report (2021–2022). URL: <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2022/03/World-Tourism-Innovation-and-Development-Report-2021-2022.pdf>.

References

1. Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, no. 18(12), pp. 1192–1217. doi:10.1080/13683500.2013.827159.

2. Hjalager, A. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, no. 31(1), pp. 1–12. doi:10.1016/j.tourman.2009.08.012.

3. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, no. 25(3), pp. 179–188. doi:10.1007/s12525-015-0196-8.

4. Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism*

Management, no. 27(6), pp. 1141–1152.
doi:10.1016/j.tourman.2005.11.011.

5. Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, no. 24(1), pp. 35–43. doi:10.1016/S0261-5177(02)00047-X.

6. World Tourism Organization. Innovation, education and investments. Available at: [https://](https://www.unwto.org/innovation-investment-and-digital-transformation)

www.unwto.org/innovation-investment-and-digital-transformation.

7. World Tourism Alliance, Tourism Research Center, Chinese Academy of Social Sciences. World Tourism Innovation and Development Report (2021–2022). Available at: <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2022/03/World-Tourism-Innovation-and-Development-Report-2021-2022.pdf>.

Objective. *The objective of the article is to determine the current trends in the development of innovations in international tourism through the systematization of scientific and analytical literature and bibliometric analysis of the term “innovations in tourism”.*

Methods. *To achieve the goal, such research methods as literature review, content and quantitative bibliometric analysis are applied. The review of reports of international organizations is used to identify, collect and analyze data on modern trends in the development of innovations in international tourism, as well as their critical assessment. The content analysis is carried out to determine the components of the ecosystem of innovation and entrepreneurship in international tourism, to determine the innovative spheres (systems) of international tourism. Quantitative bibliometric analysis of scientific research on tourism innovations is carried out using data visualization tools of the Scopus (Elsevier) scientometric database. The time interval of the research is 22 years (2000–2022) according to the search query — “Tourism Innovation”.*

Results. *Quantitative bibliometric analysis of documents for the search query “Tourism Innovation” for the period 2010–2022 in the scientometric database Scopus (Elsevier) is carried out using data visualization tools. The analysis is carried out according to three parameters: 1) the number of documents for the studied period; 2) the country of origin of the authors; 3) sectoral distribution of documents. The content of the most cited publications on the subject under investigation is analyzed. The provisions of the UNWTO Innovation, Education, Digital Transformation and Investment Strategy are elaborated, as well as the organization’s practical activities for its implementation are studied. This makes it possible to single out the elements of the ecosystem of innovation and entrepreneurship in international tourism and to determine the functions and roles of ecosystem participants in the promotion and formation of innovation development trends. A critical analysis of the World Tourism Innovation and Development Report (2021–2022) published by the WTA and the Center for Tourism Research of the Chinese Academy of Social Sciences is processed and carried out that allows to conclude that the international tourism industry is on the path to recovery after COVID-19, based on six innovative areas: technological innovation, organizational innovation, product innovation, marketing innovation, institutional innovation, innovation in public services, each with specific ranges (capabilities) of use and emerging future trends.*

Key words: *tourism, tourism innovations, international tourism, content analysis, bibliometric analysis.*

Надійшла до редакції 05.12.2022