УДК 338.48:658.589
Чикулов А.Д.[1], Цвілий С.М.[2]
[1] студ. гр. ГФ-212 НУ «Запорізька політехніка»
[2] канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ІННОВАЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ

Чикулов А.Д., Цвілий С.М.

Інноваційна трансформація туристичної компанії в кризових умовах є базовим інструментом забезпечення адаптивності, стійкості, довгострокової конкурентоспроможності. Сучасне туристичне середовище характеризується високим рівнем невизначеності, що зумовлено економічними коливаннями, змінами у поведінці споживачів, технологічними зрушеннями, безпековими викликами та глобальними соціальними трансформаціями. У таких умовах традиційні моделі управління туристичним бізнесом виявляються замало ефективними, що актуалізує потребу у впровадженні інноваційних підходів до організації діяльності підприємств туристичної сфери [1].

Інноваційна трансформація передбачає комплексні зміни у стратегічних орієнтирах, організаційній структурі, корпоративній культурі, інструментах взаємодії зі споживачами, бізнес-процесах. Вона спрямована на подолання

поточних кризових наслідків й на формування можливостей для розвитку. Одним із напрямів інноваційної трансформації є цифровізація діяльності туристичних фірм. Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, онлайн-платформ бронювання, мобільних додатків, систем управління взаємовідносинами з клієнтами та аналітичних інструментів дозволяє підвищити швидкість обслуговування, оптимізувати витрати та забезпечити більш точне прогнозування попиту. Цифрові рішення сприяють формуванню персоналізованих туристичних пропозицій, що відповідають індивідуальним очікуванням туристів і підвищують рівень їх лояльності [2].

Важливим є оновлення туристичного продукту. У кризових умовах змінюються мотиваційні чинники туристів, зростає попит на безпечні, індивідуалізовані та екологічно орієнтовані формати подорожей. Туристичні підприємства змушені розробляти нові види послуг, поєднувати традиційні туристичні пропозиції з елементами подієвого, оздоровчого, гастрономічного або активного туризму. Інноваційність у формуванні туристичного продукту дозволяє підприємствам диверсифікувати джерела доходів і зменшити залежність від окремих сегментів ринку.

Організаційні інновації також відіграють важливу роль у процесі подолання кризи. Вони передбачають оптимізацію управлінських структур, впровадження гнучких форм зайнятості, розвиток командної роботи та створення умов для генерації нових ідей. Формування інноваційної корпоративної культури сприяє підвищенню мотивації персоналу, залученню його до процесів прийняття рішень і посиленню здатності підприємства швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Фінансові інновації є ще одним важливим інструментом стабілізації діяльності туристичних компаній. Використання альтернативних джерел фінансування, розроблення гнучких моделей ціноутворення, запровадження систем лояльності та партнерських програм дозволяють підтримувати попит на турпослуги та забезпечувати необхідний рівень ліквідності підприємства.

Суттєвого сенсу набуває розвиток мережевої взаємодії між суб'єктами ринку туризму. Інноваційна трансформація передбачає активне використання механізмів кооперації, формування кластерів, спільних маркетингових платформ і стратегічних альянсів. Такий підхід сприяє об'єднанню ресурсів, обміну досвідом і створенню комплексних туристичних продуктів, що підвищує конкурентоспроможність кожного учасника партнерства.

Не менш важливим є впровадження інновацій у сфері маркетингових комунікацій. Використання цифрового контенту, інтерактивних форматів взаємодії, віртуальних турів, персоналізованої реклами та соціальних мереж дозволяє туристичним фірмам підтримувати контакт із клієнтами навіть при зниженні активності. Інноваційні маркетингові інструменти забезпечують формування позитивного іміджу підприємства і зміцнення позицій на ринку.

У кризових умовах особливу роль відіграє здатність туристичних компаній до стратегічного прогнозування. Використання методів сценарного планування, аналітики ризиків і систем раннього попередження дозволяє своєчасно виявляти потенційні загрози та формувати адаптивні стратегії розвитку. Інноваційна трансформація у цьому контексті виступає не лише реакцією на кризу, а й інструментом її попередження. Важливим фактором успішної трансформації є розвиток людського капіталу. Інвестиції у професійне навчання, підвищення цифрових компетентностей персоналу, формування навичок креативного мислення та управління змінами створюють передумови для ефективного впровадження інновацій. Людський ресурс стає ключовим носієм інноваційного потенціалу туристичної компанії.

Так, інноваційна трансформація туристичної компанії є комплексним процесом, що охоплює технологічні, організаційні, фінансові та маркетингові зміни, спрямовані на підвищення стійкості бізнесу в умовах кризи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни й євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки.* 2023. №1. С. 106–109.

2. Трусова Н. В., Цвілий С. М. Стійкий безпечний інноваційний розвиток у вітчизняній територіальній туристичній дестинації. *Інтелект XXI.* 2023. №2. С. 42–50. DOI: 10.32782/2415-8801/2023-2.7.