УДК 338.48:005.591.6
Якушев О.І.[1], Шелеметьєва Т.В.[2]
[1] студ. гр. ГФз-212 НУ «Запорізька політехніка»
[2] д-р. екон. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Якушев О.І., Шелеметьєва Т.В.

В умовах посилення глобальної конкуренції, цифровізації економіки та трансформації споживчих запитів туристичний ринок зазнає суттєвих структурних змін, що обумовлює необхідність переосмислення підходів до управління діяльністю туристичних підприємств. Інновації стають ключовим чинником підвищення їх конкурентоспроможності, адаптивності та довгострокової стійкості. Водночас більшість вітчизняних туристичних підприємств функціонують у середовищі нестабільності, обмежених фінансових ресурсів і високих ризиків, що ускладнює системне впровадження інноваційних рішень.

Проблема полягає у відсутності цілісного механізму управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств, який би поєднував стратегічне планування, організаційне забезпечення, мотиваційні інструменти та контроль результатів інноваційних процесів. На практиці інновації часто мають фрагментарний характер, не інтегруються в загальну стратегію розвитку підприємства та не супроводжуються належною оцінкою їх економічної ефективності. Крім того, недостатньо дослідженими залишаються питання формування інноваційної культури, управління знаннями, цифрової трансформації та використання сучасних технологій у сфері туристичних послуг.

Ускладнюють ситуацію також динамічні зміни зовнішнього середовища, зокрема глобалізація туристичних потоків, розвиток онлайн-платформ бронювання, посилення ролі клієнтоорієнтованих сервісів і необхідність впровадження сталих практик ведення бізнесу. За таких умов виникає потреба у науковому обґрунтуванні теоретико-методичних засад та практичних рекомендацій щодо формування ефективної системи управління інноваційною діяльністю туристичного підприємства.

Сьогодні інноваційна діяльність туристичних підприємств формується під впливом цифрової трансформації, глобальної конкуренції та змін у поведінці споживачів. Туристичний бізнес переходить від традиційної моделі посередництва до інтегрованих сервісних платформ, де ключову роль відіграють технології, персоналізація послуг і швидкість обслуговування.

Передусім спостерігається активне впровадження цифрових інструментів: онлайн-бронювання, CRM-систем, автоматизація внутрішніх процесів, використання чат-ботів та мобільних застосунків [1]. Туристичні підприємства інтегруються з глобальними платформами (зокрема такими як Booking.com та Airbnb), що змінює структуру конкуренції та підвищує вимоги до швидкості реакції на ринкові зміни.

Водночас інновації набувають не лише технологічного, а й організаційного характеру. Підприємства впроваджують нові бізнес-моделі, гнучкі форми управління, партнерські мережі та крос-секторальну співпрацю. Зростає значення індивідуалізації туристичного продукту, формування тематичних турів, екологічних маршрутів, медичного та подієвого туризму.

Окремою тенденцією є орієнтація на сталий розвиток: впровадження екологічних стандартів, оптимізація ресурсоспоживання, популяризація відповідального туризму. Інноваційність дедалі частіше пов'язується не лише з технологіями, а й зі створенням цінності для клієнта через новий досвід, сервіс і комунікацію [2].

Разом із тим в умовах економічної нестабільності та високої конкуренції інноваційна діяльність багатьох туристичних підприємств залишається фрагментарною. Інновації часто впроваджуються ситуативно, без стратегічного планування та системного оцінювання ефективності, що знижує їх довгостроковий ефект.

Процес управління інноваційною діяльністю українських туристичних підприємств полягає у цілеспрямованому формуванні, впровадженні та контролі нововведень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, адаптивності та ефективності функціонування підприємства в умовах динамічного ринку [3]. Він починається з аналітичного етапу, який передбачає оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища, вивчення ринкових тенденцій, споживчих запитів, аналіз конкурентів та визначення інноваційного потенціалу підприємства, зокрема кадрового, фінансового та технологічного. На підставі отриманих даних формується стратегічне планування, де визначаються цілі, напрями та пріоритети інноваційної діяльності, такі як цифровізація послуг, розробка нових туристичних продуктів, удосконалення сервісу та впровадження нових бізнес-моделей, що інтегрується в загальну стратегію розвитку підприємства. Наступним етапом є організаційне забезпечення інноваційної діяльності, що включає розподіл

відповідальності, формування команди, встановлення механізмів мотивації персоналу та налагодження партнерських зв'язків. Реалізація інноваційних проєктів полягає у практичному впровадженні нових продуктів, ІТ-рішень, модернізації управлінських процесів та тестуванні нових форматів обслуговування клієнтів. Завершальним етапом є контроль та оцінка ефективності інноваційної діяльності, що передбачає моніторинг результатів, аналіз економічної доцільності та впливу інновацій на прибутковість, імідж і ринкову позицію підприємства, а також за необхідності коригування стратегії. В українських умовах управління інноваційною діяльністю характеризується адаптивністю через обмеженість фінансових ресурсів, високий рівень ризиків, необхідність цифрової трансформації та врахування нестабільності зовнішнього середовища.

Отже, процес управління інноваційною діяльністю українських туристичних підприємств є комплексною системою стратегічних, організаційних і контрольних дій, спрямованих на створення та впровадження інновацій з метою забезпечення сталого розвитку й підвищення конкурентних переваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шелеметьєва Т. В., Іванова В. К. Цифровізація туристичного бізнесу як фактор підвищення його конкурентоспроможності. *Наука і вища освіта* : матеріали XXX Міжнар. наук. конф. студентів і молодих уч., Запоріжжя, 10 листоп. 2021 р. Запоріжжя, 2021. С. 167–168.

2. Александрова В. В., Шелеметьєва Т. В. Мотиви та причини появи інновацій в туристичному бізнесі в різних регіонах світу. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України* : матеріали V Міжн. наук.-практ. конф., Одеса, 9 квіт. 2025 р. Одеса, 2025. С. 33–37.

3. Морозов Д. М., Домашенко С. В., Каптюх Т. В. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15