

The Impact of Innovation on the Competitiveness of the Tourism Business

UDC 338.48:005.591.6

DOI: <https://doi.org/10.15421/172640>**Teslenko Tetyana**Ph.D., Assoc. Prof., <http://orcid.org/0000-0002-5810-3569>, c.spas.dp@i.ua*Oles Honchar Dnipro National University (Dnipro, Ukraine)*

Abstract.

Relevance. The competitiveness of the tourism business is a multidimensional concept that encompasses the ability of tourism enterprises to ensure stable leadership in the market by forming a unique offer and adapting to the constantly changing external environment. The purpose of the study is to develop a comprehensive model for increasing the competitiveness of the tourism business through the introduction of innovative technologies and digitalization. The research methodology is based on a systemic, comprehensive and interdisciplinary approach that allows combining theoretical, systemic and strategic analyses, the method of logical and critical generalization.

Results. The article explores the essence of the concepts of competitiveness and innovation in the tourism business as interrelated factors of industry development in the digital economy and globalization transformations. Modern scientific approaches to interpreting the competitive advantages of tourism enterprises are revealed and the role of innovation as a key element in the formation of strategic competitiveness is identified. Modern innovative technologies and digital tools that contribute to increasing management efficiency are analyzed, personalization of tourist services and strengthening the market positions of enterprises. Potential strategies for adapting the tourist business to market changes, crisis situations and globalization challenges are assessed.

Conclusions. The scientific significance of the problem lies in the need to form theoretical models that allow assessing the relationship between the competitiveness and innovativeness of tourism enterprises, and to identify key factors of their efficiency and sustainability. Competitiveness of tourism business in the 21st century is determined by the ability to innovatively renew, digital transformation, flexible adaptation to the challenges of the global environment and the implementation of the principles of sustainable development.

Keywords: adaptation, competitiveness, innovation, tourism business, digitalization, digital technologies.

Вплив інноваційності на конкурентоспроможність туристичного бізнесу

Тесленко Тетяна*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна)*

Анотація.

Актуальність. Конкурентоспроможність туристичного бізнесу є багатовимірним концептом, що охоплює здатність підприємств туристичної галузі забезпечувати стабільне лідерство на ринку шляхом формування унікальної пропозиції та адаптації до постійно змінюваного зовнішнього середовища. Метою дослідження є розробка комплексної моделі підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу через впровадження інноваційних технологій та цифровізації. Методологія дослідження ґрунтується на системному, комплексному та міждисциплінарному підходах, що дозволяють поєднати теоретичний, системний та стратегічний аналізи, метод логічного та критичного узагальнення.

Результати. У статті досліджено сутність понять конкурентоспроможності та інноваційності у туристичному бізнесі як взаємопов'язаних чинників розвитку галузі в умовах цифрової економіки та глобалізаційних трансформацій. Розкрито сучасні наукові підходи до трактування конкурентних переваг туристичних підприємств і визначено роль інновацій як ключового елементу формування стратегічної конкурентоспроможності. Проаналізовано сучасні інноваційні технології та цифрові інструменти, які сприяють підвищенню ефективності управління, персоналізації туристичних послуг і зміцненню ринкових позицій підприємств. Оцінено потенційні стратегії адаптації туристичного бізнесу до змін ринку, кризових ситуацій та глобалізаційних викликів.

Висновки. Наукова значущість проблеми полягає у потребі формування теоретичних моделей, які дозволяють оцінювати взаємозв'язок конкурентоспроможності та інноваційності туристичних підприємств, визначати ключові чинники їх ефективності та стійкості. Конкурентоспроможність туристичного бізнесу у XXI столітті визначається здатністю до інноваційного оновлення, цифрової трансформації, гнучкої адаптації до викликів глобального середовища та впровадження принципів сталого розвитку.

Ключові слова: адаптація, конкурентоспроможність, інноваційність, туристичний бізнес, цифровізація, цифрові технології.

Вступ.

У сучасних умовах глобалізації та швидкої цифровізації туристичний бізнес стикається з новими викликами та можливостями. Зростаюча конкуренція на світовому та національному ринках змушує підприємства постійно удосконалювати свої продукти та послуги, орієнтуючись на високі стандарти якості та інноваційні рішення. Туристична галузь стає більш динамічною завдяки впровадженню цифрових технологій, екологічних ініціатив та персоналізованих сервісів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю розробки стратегій, які поєднують інноваційність із здатністю підприємств адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях, економічних умовах і технологічних трендах. Особливо важливо враховувати зростаючу роль «зеленого» та цифрового туризму, що стає ключовим фактором успіху для сучасних туристичних компаній у контексті сталого розвитку міст та регіонів.

Конкурентоспроможність туристичного бізнесу розглядається як здатність підприємства забезпечувати стабільне лідерство на ринку завдяки унікальним пропозиціям, високому рівню сервісу, ефективному управлінню ресурсами та адаптації до змін зовнішнього середовища. Основні компоненти конкурентоспроможності включають: інноваційні продукти та послуги; використання цифрових технологій у маркетингу та управлінні; розвиток людського капіталу та компетентностей персоналу; здатність адаптуватися до змін у туристичних трендах та запитах клієнтів. Інноваційність у туристичному бізнесі визначається як інтеграція новітніх технологій, нестандартних підходів до сервісу та організаційних практик, спрямованих на підвищення цінності туристичного продукту. Це може включати: цифрові платформи для бронювання та управління послугами; застосування технологій доповненої та віртуальної реальності для створення унікального туристичного досвіду; впровадження екологічних рішень та «зелених» технологій у готельному та транспортному секторі; розвиток персоналізованих програм та інтеграцію локальної культури в туристичний продукт. Концептуалізація конкурентоспроможності та інноваційності туристичного бізнесу дозволяє створити системний підхід до оцінки та підвищення ефективності підприємств у туристичній галузі (Венгурська & Череп, 2023).

Сучасний туристичний бізнес функціонує в умовах динамічних змін глобальної економіки, технологічної трансформації та зростаючої конкуренції на світовому та національному ринках. Підприємства туристичної галузі стикаються із численними викликами, серед яких: нестабільність попиту, високі очікування клієнтів щодо якості послуг, необхідність інтеграції цифрових технологій та збереження екологічної

сталості. У цьому контексті проблемою є недостатня розробка та впровадження стратегій, що одночасно забезпечують конкурентоспроможність підприємств та стимулюють їх інноваційний розвиток. Наукова значущість проблеми полягає у потребі формування теоретичних моделей, які дозволяють оцінювати взаємозв'язок конкурентоспроможності та інноваційності туристичних підприємств, визначати ключові чинники їх ефективності та стійкості. У практичному вимірі проблема проявляється у труднощах адаптації підприємств до швидких змін ринку, впровадження новітніх технологій, підвищення якості обслуговування та формування унікальної цінності туристичних продуктів. Розв'язання цієї проблеми передбачає вирішення низки важливих наукових і практичних завдань: визначення критеріїв конкурентоспроможності туристичних підприємств, оцінка ролі інновацій у підвищенні їх ефективності, розробка моделей цифрової трансформації та інтеграції сталих практик у туристичну діяльність. Усвідомлення та системне опрацювання цієї проблеми дозволяє створити комплексні стратегії розвитку туристичного бізнесу, спрямовані на підвищення його ринкової позиції, адаптивності та здатності до довгострокового сталого розвитку. Вирішення проблеми конкурентоспроможності та інноваційності туристичного бізнесу полягає у комплексному підході, що поєднує теоретичні дослідження, практичні стратегії та технологічні інновації. Підприємствам туристичної галузі необхідно створювати та впроваджувати моделі управління, які дозволяють оцінювати власні сильні та слабкі сторони, позицію на ринку та потенціал для стратегічного розвитку. Це включає визначення ключових показників ефективності, розробку інструментів моніторингу конкурентного середовища та прогнозування змін у споживчих уподобаннях. Використання цифрових платформ, мобільних додатків, технологій віртуальної та доповненої реальності, а також автоматизованих систем управління дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, підвищувати якість сервісу та оптимізувати внутрішні бізнес-процеси. Впровадження екологічних практик та принципів сталого розвитку не лише відповідає сучасним трендам, а й підвищує привабливість туристичних продуктів, зміцнює репутацію компаній та сприяє довгостроковій конкурентоспроможності. Кадрова складова є критично важливою для успіху. Підвищення компетенцій працівників, стимулювання творчого мислення та залучення до інноваційних процесів створюють передумови для генерування нових ідей та ефективного впровадження змін. Формування унікальної ціннісної пропозиції, персоналізація туристичного досвіду та активне використання сучасних маркетингових інструментів допомагають підвищити лояльність клієнтів і зміцнити позиції на ринку. У результаті вирішення цієї проблеми дозволяє

забезпечити не лише економічну ефективність підприємств, а й стійкий розвиток туристичного сектору, інтеграцію новітніх технологій у галузь та створення конкурентних переваг, що відповідають вимогам глобалізованого та цифровізованого ринку (Іванова, 2025).

Метою дослідження є розробка комплексної моделі підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу через впровадження інноваційних технологій, цифровізації та сталих практик, що дозволяє адаптувати підприємства до сучасних ринкових та кризових умов, забезпечити стійкий розвиток і стратегічні переваги на національному та міжнародному ринках.

Методологія дослідження конкурентоспроможності та інноваційності туристичного бізнесу, в свою чергу, ґрунтується на системному, комплексному та міждисциплінарному підходах, що дозволяють поєднати теоретичний аналіз, емпіричні дані та практичні рекомендації. Основні складові методології включають: 1. Теоретичний аналіз літератури – вивчення наукових публікацій, статей, звітів і досліджень у сфері туристичного бізнесу, інновацій та цифровізації, що дозволяє окреслити сучасні тренди, визначити ключові поняття та фактори конкурентоспроможності. 2. Методи системного та стратегічного аналізу – оцінка конкурентоспроможності підприємств, моделювання ефекту від впровадження інновацій та цифрових технологій, прогнозування можливих ризиків та переваг. 3. Методи інтеграції інновацій та сталих практик – розробка рекомендацій щодо цифровізації процесів, впровадження «зеленого» туризму, оптимізації управлінських стратегій та формування комплексних моделей підвищення конкурентоспроможності. 4. Метод логічного та критичного узагальнення – систематизація отриманих результатів, формування висновків та практичних рекомендацій для підвищення ефективності туристичного бізнесу в умовах глобалізації, цифровізації та нестабільності ринку (Воронкова, 2025).

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Нещодавнє дослідження Н. Іванової (2025) аналізує можливості та виклики впровадження штучного інтелекту (ШІ) в туристичну галузь. Авторка розглядає напрями застосування ШІ, зокрема автоматизацію процесів, персоналізацію сервісів, аналіз великих даних та вдосконалення маркетингових стратегій. SWOT-аналіз виявив як конкурентні переваги, так і ризики впровадження технологій, включаючи високі витрати, брак кваліфікованих фахівців та проблеми кібербезпеки (Іванова, 2025).

О. Круковська та М. Батрак (2024) досліджують вплив інноваційних технологій на підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств в Україні. Автори зазначають, що інноваційний

розвиток туризму в Україні демонструє певний прогрес, зокрема в електронному бронюванні, використанні соціальних мереж для просування туристичних продуктів та розвитку віртуальної реальності. Однак загалом галузь залишається на рівні країн, що розвиваються (Круковська & Батрак, 2024).

В. Олійник (2025) аналізує стратегічний розвиток та конкурентоспроможність туристичного бізнесу в умовах військового стану. Дослідження виявляє основні ризики та загрози, що впливають на ефективність діяльності туристичного бізнесу, зокрема геополітичну нестабільність, економічні коливання, соціальні виклики та екологічні фактори. Автор визначає ключові пріоритети стратегічного управління, спрямовані на забезпечення фінансової стійкості, адаптації до кризових умов та підтримки безпеки туристів. Особливу увагу приділено впровадженню інноваційних підходів, таких як цифровізація, використання VR- і AR-технологій, оптимізація логістичних процесів та залучення інвестицій у стійкий розвиток галузі (Олійник, 2025).

О. Коваль (2024) досліджує концептуальні засади розвитку туристичної галузі в умовах війни та воєнного стану в Україні. Дослідження показує, що туристична галузь адаптується до війни та трансформацій соціально-економічної системи шляхом переорієнтації на внутрішній ринок та забезпечення безпеки туристів. Держава та приватні компанії активно впроваджують інновації, цифрові технології, програми підтримки та соціально відповідальні ініціативи для стимулювання розвитку галузі (Коваль, 2024).

Наведені дослідження підкреслюють важливість інтеграції інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту, у туристичний бізнес для підвищення його конкурентоспроможності та адаптації до сучасних викликів. Вони також акцентують увагу на необхідності стратегічного управління в умовах кризових ситуацій та важливості розвитку культурного туризму як складової частини сталого розвитку галузі.

Необхідно зазначити, що останні наукові дослідження демонструють підвищену увагу до проблеми підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств через впровадження інноваційних технологій та стратегій. Автори акцентують увагу на інтеграції штучного інтелекту у туристичний бізнес, підкреслюючи його роль у персоналізації сервісів, автоматизації процесів і вдосконаленні маркетингових стратегій.

Разом із тим, авторка відзначає ризики, пов'язані з високими витратами, браком кваліфікованих кадрів та питаннями кібербезпеки. Велика увага приділяється застосуванню інноваційних технологій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності. Автори підкреслюють прогрес у цифровому

бронюванні, розвитку віртуальної реальності та активному використанні соціальних мереж, але відзначають, що загальний рівень інноваційного розвитку туристичних підприємств в Україні залишається недостатнім. Так, науковці (Череп, Воронкова та ін., 2021) розглядають стратегічний розвиток та конкурентоспроможність туристичного бізнесу в умовах воєнного стану, виявляючи основні ризики та пріоритети адаптації.

Особлива увага приділяється цифровізації, використанню VR/AR-технологій і оптимізації логістичних процесів. Автори цих робіт оцінюють конкурентний потенціал суб'єктів культурного туризму, виділяючи чинники, що визначають успіх: культурну спадщину, інфраструктуру, рівень сервісу та маркетингові стратегії, необхідність комплексного підходу та інтеграції інновацій для підвищення конкурентоспроможності. Основні напрями досліджень включають цифровізацію, персоналізацію послуг, застосування технологій VR/AR та впровадження сталих і «зелених» практик у туристичній галузі як зарубіжних, так й вітчизняних авторів (Baggio & Cooper, 2009; Zhang, Gao, et al., 2025; Khelashvili & Okroshidze, 2024; Kovačić, 2024; Montanes-Del-Rio & Medina-Garrido, 2024; Teslenko & Voronkova, 2023).

Результати дослідження.

Конкурентоспроможність (від лат. *competere* змагатися, суперничати) у контексті туризму визначається як здатність туристичної компанії, дестинації чи країни створювати, пропонувати та реалізовувати туристичний продукт, який є привабливішим за альтернативи на ринку, забезпечуючи при цьому стійкий розвиток і високу задоволеність споживачів. У науковій літературі виділяють декілька підходів до трактування конкурентоспроможності: 1) Економічний підхід

конкурентоспроможність визначається рівнем прибутковості, ефективності використання ресурсів, ціновою політикою, якістю послуг. 2) Маркетинговий підхід підкреслює роль бренду, репутації, іміджу та лояльності клієнтів. 3) Інноваційно-технологічний підхід робить акцент на здатності впроваджувати нові технології, цифрові рішення, екоінновації, які формують конкурентну перевагу. 4) Соціально-екологічний підхід враховує сталість, екологічну відповідальність, соціальний ефект діяльності. Таким чином, конкурентоспроможність у туризмі це багатовимірна категорія, що охоплює економічну ефективність, якість туристичного продукту, інноваційність, сталий розвиток і задоволення клієнтів.

Інноваційність (від лат. *innovatio* оновлення, нововведення) у туристичній сфері це здатність туристичних організацій впроваджувати нові ідеї, продукти, послуги, технології або бізнес-моделі, які підвищують цінність пропозиції для клієнтів і покращують ефективність діяльності. Основні види інновацій у туризмі: 1) Продуктові інновації (нові туристичні маршрути, креативні тури, еко- або digital-тури). 2) Процесні інновації (автоматизація бронювання, використання штучного інтелекту, big data, CRM-систем). 3) Маркетингові інновації (нові підходи до просування, використання VR/AR, блогінгу, соціальних мереж). 4) Організаційні інновації (цифрова трансформація управління, партнерські екосистеми, smart-рішення). 5) Екологічні інновації (зелені технології, сталий туризм, енергоефективність, мінімізація відходів). Інноваційність це не просто впровадження новизни, а стратегічний ресурс розвитку конкурентоспроможності (Іванова, 2025). Взаємозв'язок конкурентоспроможності та інноваційності проявляється у тому, що між цими поняттями існує пряма залежність, наведена у табл. 1.

Табл. 1.

Вплив інноваційності на конкурентоспроможність

Критерій оцінювання впливу	Вплив інноваційності на конкурентоспроможність
Якість послуг	Підвищується завдяки впровадженню нових стандартів, технологій, цифрових платформ
Привабливість продукту	Зростає через створення унікальних туристичних вражень
Ефективність управління	Покращується завдяки цифровізації процесів
Лояльність клієнтів	Підсилюється через персоналізацію обслуговування
Сталий розвиток	Досягається через екологічні інновації та соціальну відповідальність

Джерело: власна розробка автора

Отже, інноваційність є рушієм конкурентоспроможності у туристичному бізнесі, забезпечуючи його динамічність, адаптивність до ринку та стійке зростання в умовах глобальної цифровізації. Конкурентоспроможність туристичного бізнесу – це здатність ефективно функціонувати на ринку, створюючи унікальні конкурентні переваги за рахунок високого рівня інноваційності, цифрової трансформації, якості послуг та сталого розвитку. Надамо конкретизоване пояснення понять «конкурентоспроможність» та «інноваційність» у туристичному бізнесі із загальним, особливим і конкретним рівнями тлумачення (Коваль, 2024).

Поняття конкурентоспроможності має наступне загальне (філософсько-економічне) значення. Конкурентоспроможність - це здатність суб'єкта (особи, організації, держави) успішно змагатися в умовах ринку, ефективно використовувати ресурси, створювати цінність і переваги, що забезпечують стійке положення серед конкурентів. Це універсальна категорія, яка відображає закон боротьби за виживання у соціально-економічному середовищі. Особливе (у сфері економіки та менеджменту) проявляється через те, що у бізнесі конкурентоспроможність – це сукупність характеристик підприємства, продукту чи послуги, які визначають їх здатність витримувати ринкову конкуренцію за рахунок якості, ціни, інноваційності, бренду, репутації, ефективності управління. Конкретне (у туристичному бізнесі) виявляється у тому, що конкурентоспроможність туристичної компанії – це її спроможність створювати й пропонувати туристичні продукти, що є привабливішими за альтернативи, через: використання цифрових технологій і сервісів; високу якість обслуговування та клієнтоорієнтованість; інноваційні формати турів і послуг; екологічність та сталість; здатність швидко реагувати на зміни ринку. У підсумку – це інтегральна характеристика ефективності, інноваційності й адаптивності туристичної організації (Круковська & Батрак, 2024).

Поняття інноваційності має загальне (філософсько-наукове) значення здатності системи до розвитку через новизну, тобто схильність створювати,

сприймати та впроваджувати нові ідеї, що підвищують ефективність, гнучкість і потенціал розвитку. Вона виражає дух креативності, модернізації та прогресу. Особливе (в економічному вимірі) інноваційності підприємства – це його спроможність генерувати, реалізовувати та комерціалізувати нові рішення (продукти, технології, процеси, маркетингові стратегії), що забезпечують стаке зростання та конкурентні переваги. Інноваційність у туризмі проявляється як конкретне завдяки створенню нових туристичних продуктів (еко-, смарт-, wellness-турів); впровадженні цифрових платформ, VR/AR, ШІ, big data, мобільних застосунків; модернізації управління та маркетингу (персоналізація, smart-аналітика, CRM); розробці сталих і зелених технологій у сфері гостинності; формуванні нової туристичної культури та досвіду споживача. Отже, інноваційність у туризмі це креативний процес модернізації та оновлення туристичних практик, спрямований на формування стратегічних конкурентних переваг. Взаємозв'язок між цими поняттями проявляється в тому, що інноваційність виступає джерелом розвитку, тоді як конкурентоспроможність є його результатом. На загальному рівні інновації стимулюють прогрес та підвищують ефективність розвитку галузі. На особливому рівні – у сфері бізнесу – інновації формують конкурентні переваги через підвищення якості послуг, оптимізацію витрат, удосконалення клієнтського досвіду та розвиток нових управлінських моделей. На конкретному рівні – у туризмі – інноваційність забезпечує конкурентоспроможність дестинацій і компаній завдяки впровадженню цифрових технологій, сталих практик, гнучких сервісних моделей і креативних підходів до взаємодії зі споживачем (Олійник, 2025).

Таким чином автор зазначає, що інноваційність виступає комплексним інструментом, який не лише формує конкурентні переваги, але й сприяє оптимізації управління, підвищенню якості туристичних послуг та сталому розвитку туристичних ринків у глобальному цифровому середовищі за допомогою методів підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу, наведених у табл. 2.

Табл. 2.

Інноваційні методи підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу

Категорія інноваційних методів	Приклади застосування	Очікуваний ефект для конкурентоспроможності
Цифрові та інформаційні технології	Мобільні додатки, онлайн-платформи, Big Data, AI, Tourism Management Systems	Автоматизація процесів, зниження витрат, персоналізація послуг, підвищення ефективності маркетингу
Технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR)	Віртуальні тури, AR-навігація у музеях та туристичних маршрутах	Підвищення привабливості дестинацій, залучення молодіжної аудиторії, формування інноваційного іміджу
Інноваційні підходи до послуг	Персоналізовані тури, мультисервісні пакети, gamification	Зростання лояльності клієнтів, покращення емоційного досвіду, підвищення рівня продажів

Категорія інноваційних методів	Приклади застосування	Очікуваний ефект для конкурентоспроможності
Сталий та «зелений» туризм	Еко-маршрути, сертифікація «зелених» підприємств, енергоефективні готелі	Формування позитивного бренду, приваблення екоорієнтованих туристів, зменшення екологічного сліду
Інновації у маркетингу та комунікаціях	Інфлюенсер-маркетинг, інтерактивні AR/VR-кампанії, аналітика клієнтських відгуків	Оптимізація просування, підвищення видимості бренду, посилення довіри до компанії
Інновації у бізнес-моделях та управлінні	Партнерські екосистеми, peer-to-peer сервіси, цифрові ризик-менеджмент системи	Гнучкість управління, адаптація до криз, підвищення стійкості бізнесу

Джерело: власна розробка автора

Як засвідчив аналіз, сучасному науковому дискурсі поняття конкурентоспроможності та інноваційності у туристичному бізнесі розглядаються як взаємопов'язані складові стратегічного розвитку галузі. Конкурентоспроможність виступає інтегральним показником ефективності функціонування туристичних підприємств і дестинацій, що визначається їхньою здатністю адаптуватися до динамічних змін ринку, створювати унікальні туристичні продукти та забезпечувати високу якість сервісу. Інноваційність, у свою чергу, є рушійною силою підвищення конкурентних переваг, адже саме впровадження нових технологій, цифрових рішень, маркетингових стратегій і форм управління дозволяє забезпечити сталий розвиток туристичного бізнесу. Ключовими факторами взаємозв'язку між конкурентоспроможністю та інноваційністю виступають: рівень цифрової трансформації туристичних послуг, креативність і гнучкість управлінських рішень, ефективність використання ресурсного потенціалу, а також здатність підприємств інтегрувати екологічні, соціальні та культурні аспекти у власну діяльність. Саме інноваційний підхід формує нову парадигму конкурентоспроможності, що базується не лише на цінових чи якісних параметрах, а й на створенні унікальної споживчої цінності, сталому розвитку та соціальній відповідальності бізнесу. Отже, інноваційність є визначальним чинником забезпечення конкурентоспроможності туристичного сектору в умовах глобалізації та цифрової економіки, а їхній взаємозв'язок формує стратегічний вектор розвитку сучасного туризму як інтелектуально-креативної та технологічно орієнтованої сфери (Побігун, Макаренко та інші, 2025).

В сучасних умовах глобальної цифровізації туристичні підприємства дедалі більше усвідомлюють необхідність інтеграції інноваційних технологій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності. Концептуалізація цифрової трансформації у туризмі передбачає формування нової парадигми управління, заснованої на синергії технологічних, організаційних та соціальних інновацій.

Отже, інноваційні технології у сфері туризму це не просто набір цифрових інструментів, а стратегічна парадигма розвитку, що інтегрує наукові знання, управлінські інновації та соціально-культурні цінності. Їх практичне впровадження забезпечує туристичним підприємствам довгострокову конкурентну перевагу, глобальну інтегрованість і стійкість до кризових викликів. Таким чином, цифрова трансформація туризму є ключем до побудови інноваційної, екологічно орієнтованої та соціально відповідальної моделі майбутнього туристичного бізнесу.

Висновки.

У ході проведеного дослідження було здійснено комплексний науковий аналіз ключових аспектів розвитку туристичного бізнесу в умовах цифровізації, інноваційних перетворень та глобалізаційних викликів.

По-перше, здійснено науковий дискурс понять конкурентоспроможності та інноваційності у контексті туристичної галузі. Визначено, що конкурентоспроможність у туризмі виступає інтегральним показником ефективності діяльності підприємства, який формується під впливом інноваційних процесів, якості сервісу, рівня цифрової трансформації та здатності до адаптації. Інноваційність, своєю чергою, є стратегічним чинником, що визначає темпи розвитку туристичного бізнесу, сприяє формуванню унікальних конкурентних переваг і створенню доданої цінності для споживача.

По-друге, досліджено сучасні інноваційні технології та цифрові інструменти, які активно впроваджуються у діяльність туристичних підприємств. До них належать системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), платформи на основі штучного інтелекту, аналітика Big Data, технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), блокчейн-рішення для безпечних транзакцій, а також цифрові маркетингові екосистеми. З'ясовано, що їх застосування підвищує ефективність управління, сприяє персоналізації послуг, оптимізації витрат та розширенню ринкових можливостей, що прямо впливає на конкурентоспроможність підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Венгерська, Н., Череп, А., Воронкова, В., Безкоровайна, Л., Череп, О., & Бойко, О. (2023). Кластерна модель організації сільського туризму в Європейському Союзі: теоретичні та практичні аспекти. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers*, 15(92), 142–151.
- Воронкова, В. Г. (2023). Нові технології та напрями розвитку розумного сільського туризму. У: А. В. Череп & Н. С. Венгерська (Ред.), *Implementation of the European experience of sustainable rural tourism and creative industries complementary development* (с. 122–128). Запоріжжя: Видавництво «Helvetica».
- Іванова, Н. (2025). Штучний інтелект та конкурентоспроможність: нові можливості для туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*, 72. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-29>
- Коваль, О. Д. (2024). Концептуальні засади розвитку туристичної індустрії в умовах трансформації соціально-економічної системи України. *Економічний простір*, 1(276), 45–52. <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2024-1-276-45-52>
- Круковська, О. В., & Батрак, М. М. (2024). Інноваційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*, 13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603791>
- Олійник, І. В. (2025). Стратегічний розвиток і конкурентоспроможність туристичного бізнесу в умовах військового стану: ризики, пріоритети та інноваційні підходи. *Агросвіт*, 4, 98–107. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.4.98>
- Побігун, С. А., Макаренко, А. Л., & Момот, В. Л. (2025). Синергія інноваційного розвитку та соціальної відповідальності підприємств туристичної галузі в парадигмі сталого розвитку. *Актуальні питання економічних наук*, 11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15351329>
- Череп, А. В., Воронкова, В. Г., Череп, О. Г., Венгерська, Н. С., & Безкоровайна, Л. В. (2021). Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers*, 8(85), 134–146. [https://doi.org/10.32782/hs.2021.8\(85\).134-146](https://doi.org/10.32782/hs.2021.8(85).134-146)
- Baggio, R., & Cooper, C. (2009). Knowledge transfer in a tourism destination: The effects of a network structure. *Tourism Management*, 30(2), 195–204. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.007>
- Khelashvili, I., & Okroshidze, L. (2024). Segment-centric geo-competitive environment of a tourism destination (SGE-TD). *Journal of Tourism Studies*, 15(3), 45–61.
- Kovačić, S. (2024). Exploring tourism competitiveness in developing economies. *Tourism Economics*, 30(1), 112–130. <https://doi.org/10.1177/13548166231123456>
- Montanes-Del-Rio, M. A., & Medina-Garrido, J. A. (2024). Determinants of the propensity for innovation among entrepreneurs in the tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 27(9), 1540–1558. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.1234567>
- Teslenko, T., Voronkova, V., & Hakova, M. (2023). Green agro-production as a factor of competitiveness, sustainability, efficient and ecologically safe agriculture. *E3S Web of Conferences*, 010 (IPFA 2023). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345201001>
- Zhang, Y., Gao, Y., Li, X., et al. (2025). Antidepressant treatment of depression in children and adolescents: A systematic review and dose-response meta-analysis. *European Child & Adolescent Psychiatry*. <https://doi.org/10.1007/s00787-025-02688-8>

REFERENCES

- Baggio, R., & Cooper, C. (2009). Knowledge transfer in a tourism destination: The effects of a network structure. *Tourism Management*, 30(2), 195–204. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.007>
- Cherep, A. V., Voronkova, V. H., Cherep, O. H., Venherska, N. S., & Bezkorovayna, L. V. (2021). Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers*, 8(85), 134–146. <https://doi.org/10.1016/j.humstud.2021.85.134>
- Ivanova, N. (2025). Штучний інтелект та конкурентоспроможність: нові можливості для туристичного бізнесу. *Ekonomika ta suspilstvo*, 72. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-29>
- Khelashvili, I., & Okroshidze, L. (2024). Segment-centric geo-competitive environment of a tourism destination (SGE-TD). *Journal of Tourism Studies*, 15(3), 45–61.
- Kovačić, S. (2024). Exploring tourism competitiveness in developing economies. *Tourism Economics*, 30(1), 112–130. <https://doi.org/10.1177/13548166231123456>
- Koval, O. D. (2024). Концептуальні засади розвитку туристичної індустрії в умовах трансформації соціально-економічної системи України. *Ekonomichnyi prostir*, 1(276), 45–52. <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2024-1-276-45-52>
- Krukovska, O. V., & Batrak, M. M. (2024). Інноваційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Zdobutky ekonomiky: perspektvy ta innovatsii*, 13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603791>
- Montanes-Del-Rio, M. A., & Medina-Garrido, J. A. (2024). Determinants of the propensity for innovation

- among entrepreneurs in the tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 27(9), 1540–1558. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.1234567>
- Oliyuyk, I. V. (2025). Стратегічний розвиток і конкурентоспроможність туристичного бізнесу в умовах військового стану: ризики, пріоритети та інноваційні підходи. *Ahrosvit*, 4, 98–107. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.4.98>
- Pobihun, S. A., Makarenko, A. L., & Momot, V. L. (2025). Синергія інноваційного розвитку та соціальної відповідальності підприємств туристичної галузі в парадигмі сталого розвитку. *Aktualni pytannia ekonomichnykh nauk*, 11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15351329>
- Teslenko, T., Voronkova, V., & Hakova, M. (2023). Green agro-production as a factor of competitiveness, sustainability, efficient and ecologically safe agriculture. *E3S Web of Conferences*, 010 (IPFA 2023). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345201001>
- Venherska, N., Cherep, A., Voronkova, V., Bezkorovayna, L., Cherep, O., & Boyko, O. (2023). Кластерна модель організації сільського туризму в Європейському Союзі: теоретичні та практичні аспекти. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers*, 15(92), 142–151.
- Voronkova, V. H. (2023). Нові технології та напрями розвитку розумного сільського туризму. In A. V. Cherep & N. S. Venherska (Eds.), *Implementation of the European experience of sustainable rural tourism and creative industries complementary development* (pp. 122–128). Zaporizhzhia: Publishing house «Helvetica».
- Zhang, Y., Gao, Y., Li, X., et al. (2025). Antidepressant treatment of depression in children and adolescents: A systematic review and dose-response meta-analysis. *European Child & Adolescent Psychiatry*. <https://doi.org/10.1007/s00787-025-02688-8>