

## АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

**ПЕТЛЬОВИЙ Михайло**

аспірант,

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0009-0000-1842-4758>

**НЕСТОРИШЕН Ігор**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-0765-195X>

e-mail: [nestor\\_nema@ukr.net](mailto:nestor_nema@ukr.net)

**РУДНІЧЕНКО Євгеній**

доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та адміністрування,

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9407-2026>

e-mail: [e.m.rudnichenko@gmail.com](mailto:e.m.rudnichenko@gmail.com)

*В статті досліджено особливості використання інноваційних моделей розвитку підприємництва в галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Авторами зазначено, що проведені дослідження вказують на важливість впровадження цифрових технологій, таких як штучний інтелект і інтернет речей (IoT) з метою покращення клієнтського досвіду та оптимізації операційної ефективності. Авторами зауважено, що інноваційні моделі розвитку підприємництва в сфері туризму та готельно-ресторанної справи спрямовані на адаптацію до нових потреб споживачів, використання сучасних технологій, оптимізацію бізнес-процесів та створення унікальних пропозицій. Окремо відмічено, що моделі допомагають підвищити конкурентоспроможність, залучити нових клієнтів і забезпечити стійкий розвиток в умовах швидких змін у сфері туризму та гостинності.*

**Ключові слова:** туризм, туристичне підприємництво, готельно-ресторанна справа, інноваційні моделі

## ANALYSIS OF APPROACHES TO THE IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE MODELS OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE SPHERE OF TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY

**PETLYOVY Mykhailo, NESTORYSHEN Ihor, RUDNICHENKO Yevhenii**

Khmelnytskyi National University

*The relevance of the study of innovative models of entrepreneurship development in the field of tourism and hotel and restaurant business is determined by modern global changes that affect the hospitality industry. The COVID-19 pandemic, economic fluctuations and changing consumer needs have put new demands on tourism businesses. Today's travelers are increasingly looking for environmentally friendly services, personalized experiences and safe travel conditions. Innovative models such as sustainable tourism, "smart hotels", digital marketing, big data analysis and service automation allow us to effectively respond to these needs. The analysis of domestic and literary sources shows that innovative models of entrepreneurship development in the field of tourism and hotel and restaurant business attract considerable attention both among scientists and industry practitioners. Research conducted in recent years points to the importance of implementing digital technologies such as artificial intelligence (AI) and the Internet of Things (IoT) to improve customer experience and optimize operational efficiency.*

*The purpose of the study is to analyze the main trends and vectors of development in the tourism industry and the hotel and restaurant business caused by globalization, technological innovations and changes in consumer behavior, as well as to provide practical recommendations for enterprises on the selection and implementation of innovative approaches that will contribute to their development and adaptation in conditions of market instability.*

*Innovative models of entrepreneurship development in the field of tourism and hotel and restaurant business are aimed at adapting to new needs of consumers, using modern technologies, optimizing business processes and creating unique offers. These models help to increase competitiveness, attract new customers and ensure sustainable development in the conditions of rapid changes in the field of tourism and hospitality.*

*Innovative models of business development in tourism and the hotel and restaurant business allow enterprises to increase efficiency, expand the audience, optimize costs and increase the level of customer loyalty. The introduction of new technologies and adaptation to current trends helps to remain competitive and ensures stable development in dynamic market conditions.*

**Key words:** tourism, tourist entrepreneurship, hotel and restaurant business, innovative models

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

#### ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Актуальність дослідження інноваційних моделей розвитку підприємництва в галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу зумовлена сучасними глобальними змінами, які впливають на індустрію гостинності. Пандемія COVID-19, економічні коливання та зміна потреб споживачів висунули нові вимоги до підприємств у сфері туризму. Сучасні мандрівники дедалі частіше шукають екологічно дружні послуги,

індивідуалізований досвід та безпечні умови для подорожей. Інноваційні моделі, такі як сталий туризм, «смайт-готелі», цифровий маркетинг, аналіз великих даних та автоматизація обслуговування, дозволяють ефективно реагувати на ці потреби. Дослідження нових підходів до розвитку готельно-ресторанного бізнесу має важливе значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, їхньої адаптації до кризових ситуацій і забезпечення довготривалого зростання. Використання сучасних технологій та адаптація до актуальних трендів допомагають не тільки привабити нових клієнтів, але й підвищити рівень лояльності постійних. У результаті, підприємства можуть стабілізувати свої доходи, знижуючи операційні ризики та зміцнюючи репутацію на ринку..

### ***АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ***

Аналіз вітчизняних та літературних джерел свідчить, що інноваційні моделі розвитку підприємництва у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу привертають значну увагу як серед науковців, так і практиків галузі. Дослідження, проведені за останні роки, вказують на важливість впровадження цифрових технологій, таких як штучний інтелект (ШІ) і інтернет речей (IoT) з метою покращення клієнтського досвіду та оптимізації операційної ефективності [2]. Також зростає інтерес до сталого туризму, зокрема до моделей «зелених готелів» і екологічних турів, які підтримують захист навколишнього середовища та сприяють залученню відповідальних туристів [7]. Інше дослідження підкреслює роль омніканального маркетингу та персоналізації сервісу через мобільні додатки та соціальні мережі [3]. Це дозволяє підприємствам створювати лояльні відносини з клієнтами, забезпечуючи індивідуальний підхід та доступ до послуг у зручному для клієнта форматі. Крім того, розробка безконтактних технологій і адаптація до умов пандемії також стали фокусом у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, оскільки вони підвищують безпеку і комфорт перебування клієнтів [9]. Інтерес також спрямований на моделі розвитку коворкінг-готелів та просторів для «цифрових кочівників», що зумовлено зростанням попиту на гнучкі робочі місця для віддалених працівників і бізнес-мандрівників [1, 6]. Таким чином, інтеграція технологій, сталого розвитку та нових форматів обслуговування виступає ключовим напрямом у наукових і практичних дослідженнях, забезпечуючи адаптацію підприємств до динамічних змін і покращення конкурентоспроможності.

### ***ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ***

В той же час, незважаючи на значну кількість публікацій, на сьогодні не вирішеними є питання практичного використання інноваційних моделей розвитку підприємництва в сфері туризму та готельно-ресторанної справи в сучасних умовах.

### ***ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)***

Метою дослідження є аналіз основних тенденцій та векторів розвитку у туристичній індустрії та готельно-ресторанному бізнесі, зумовлені глобалізацією, технологічними інноваціями та змінами в поведінці споживачів, а також надати практичні рекомендації для підприємств щодо вибору і впровадження інноваційних підходів, які сприятимуть їхньому розвитку та адаптації в умовах нестабільності ринку.

### ***ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ***

Під інноваційною бізнес-моделлю розуміють інструмент бізнесу, що дозволяє пов'язувати технічні й технологічні рішення підприємства з економічно ефективними результатами. У дослідженні багато науковців описують різні бізнес-моделі як свого роду єднальний місток між технічними аспектами діяльності підприємства (такими, як показники функціонування, техніко-технологічна новизна, здійсненність та інші) та економічними результатами (цінність для споживача, вартість, прибуток тощо), які планує досягти фірма [3]. Інноваційні моделі розвитку підприємництва в сфері туризму та готельно-ресторанної справи спрямовані на адаптацію до нових потреб споживачів, використання сучасних технологій, оптимізацію бізнес-процесів та створення унікальних пропозицій. Ці моделі допомагають підвищити конкурентоспроможність, залучити нових клієнтів і забезпечити стійкий розвиток в умовах швидких змін у сфері туризму та гостинності.

1. Модель «Смайт-готелю» (Smart Hotel). Використання технологій інтернету речей (IoT) для забезпечення персоналізованого обслуговування: автоматичне регулювання освітлення, температури, та систем безпеки. Додатки для смартфонів, які дозволяють гостям керувати послугами готелю (наприклад, замовлення сніданку, виклик персоналу, віддалена реєстрація та виїзд). Використання штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, таких як рекомендації щодо екскурсій або подій на основі уподобань клієнтів.

2. Модель сталого (екологічного) туризму. Використання екологічних практик і стратегій «зеленого готелю», таких як енергозберігаючі технології, сортування відходів, використання екологічних матеріалів і зменшення одноразового пластику. Співпраця з місцевими виробниками та постачальниками для підтримки місцевих громад та зменшення впливу на навколишнє середовище. Пропозиція екологічних турів та екскурсій, які сприяють збереженню природних ресурсів і залученню відповідальних туристів.

3. Модель «Експериментального туризму» (Experience Tourism). Орієнтація на створення унікальних вражень і досвіду для клієнтів: кулінарні тури, майстер-класи з місцевих ремесел, участь у фестивалях і

культурних заходах. Організація інтерактивних заходів, таких як дегустації, кулінарні майстер-класи, екскурсії «за лаштунки», щоб гості могли краще зрозуміти культуру та традиції місця. Пропозиція «занурювальних» турів, коли клієнти мають можливість пожити як місцеві, включаючи проживання у місцевих жителів, участь у їхніх традиційних заходах.

4. Модель використання великих даних (Big Data) та аналітики. Аналіз поведінки та вподобань клієнтів для розробки індивідуальних пропозицій, що підвищує рівень лояльності та задоволеності клієнтів. Використання даних для прогнозування сезонного попиту, ціноутворення та оптимізації завантаженості номерів або турів. Інтеграція з платформами соціальних мереж для збору відгуків клієнтів та моніторингу репутації, що дозволяє швидко реагувати на критику та вдосконалювати послуги.

5. Модель «Цифрового маркетингу» та омніканальних продажів. Використання соціальних мереж, контент-маркетингу та цільової реклами для залучення клієнтів і просування унікальних пропозицій. Розробка омніканальної стратегії продажів, яка поєднує онлайн- та офлайн-комунікації, забезпечуючи зручність для клієнтів у виборі та бронюванні послуг. Співпраця з платформами онлайн-бронювання та впровадження інструментів автоматизації для покращення клієнтського досвіду і спрощення процесу бронювання.

6. Модель адаптації до трендів «пандемічного» туризму. Розробка індивідуальних турів або пропозицій для невеликих груп та відпочинку на відкритому повітрі, що відповідає запитам на безпечний туризм в умовах пандемії. Використання безконтактних технологій для безпеки клієнтів: цифрові ключі для номерів, QR-коди для меню в ресторанах, безконтактні способи оплати. Підготовка персоналу до нових протоколів безпеки та гігієни, забезпечення клієнтів актуальною інформацією про здоров'я та безпеку.

7. Модель автоматизації обслуговування клієнтів. Використання чат-ботів, які працюють 24/7 для відповіді на запити клієнтів, допомоги з бронюванням, інформування про послуги та пропозиції. Автоматизовані системи бронювання, які інтегровані з CRM-системами, що дозволяють обробляти велику кількість замовлень без додаткових витрат на персонал. Використання цифрових помічників для персоналізованого обслуговування, що покращує клієнтський досвід і підвищує рівень задоволеності.

8. Модель персоналізованих сервісів на основі штучного інтелекту (AI). Використання AI для аналізу вподобань клієнтів і надання персоналізованих рекомендацій щодо послуг, таких як вибір номеру, екскурсій або ресторанів. Оптимізація внутрішніх процесів: штучний інтелект допомагає передбачити потреби гостей, управляти ресурсами та зменшувати операційні витрати. Впровадження «розумних» систем у готельних номерах, які дозволяють гостям налаштовувати атмосферу кімнати за допомогою голосових команд або додатків.

9. Коворкінг-готелі та моделі «номадичних» пропозицій. Розробка готельних просторів для дистанційної роботи та тривалого проживання, адаптованих під потреби сучасних «цифрових кочівників» та бізнес-мандрівників. Створення спеціальних пропозицій для довготривалого проживання з доступом до коворкінгу, що стає популярним серед мандрівників, які поєднують роботу та подорожі. Організація конференц-залів і бізнес-центрів з необхідними технологічними можливостями для проведення дистанційних зустрічей та співпраці.

10. Модель партнерського туризму (collaborative tourism). Розвиток партнерських відносин з місцевими підприємствами, що дозволяє пропонувати інтегровані пакети послуг: проживання, харчування, екскурсії, відвідування культурних заходів. Спільні ініціативи з туристичними агенціями, транспортними компаніями, культурними закладами для створення комплексних пропозицій для клієнтів. Створення мереж партнерів для організації турів з участю місцевих жителів, що дозволяє підтримати місцеві громади та створити автентичний досвід для туристів.

Одним з важливих етапів запровадження інноваційних моделей підприємництва у сфері туризму та готельно-ресторанної справи є дослідження їх ефективності та впливу на конкурентоспроможність бізнесу [5]. Для цього можна використовувати кілька ключових підходів та методів. Зокрема, аналіз ринкових трендів, дає відповідь на питання як інноваційна модель відповідає сучасним тенденціям у галузі. Наприклад, наскільки важливими є технології, сталий розвиток або зміна споживацьких уподобань. Метод «визначення ключових показників ефективності (KPI) дозволяє оцінити зростання доходів, зниження витрат, рентабельності та повернення інвестицій (ROI) внаслідок впровадження інновацій. Метод SWOT-аналізу дозволяє визначити сильні і слабкі сторони інноваційної моделі, а також можливостей і загроз, що можуть виникнути в процесі її впровадження. Досить ефективним є метод аналізу ризиків, який дозволяє оцінити потенційні ризики, пов'язані з впровадженням інновацій, такі як фінансові ризики, технічні проблеми або зміна законодавства. Застосування цих підходів допоможе всебічно оцінити інноваційні моделі підприємництва в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі, виявити їхню ефективність та вплив на загальну стратегію розвитку компанії.

## **ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

### **І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ**

Інноваційні моделі розвитку підприємництва в туризмі та готельно-ресторанній справі дозволяють підприємствам підвищити ефективність, розширити аудиторію, оптимізувати витрати та збільшити рівень

лояльності клієнтів. Впровадження нових технологій та адаптація до актуальних трендів допомагає залишатися конкурентоспроможними та забезпечує стабільний розвиток у динамічних умовах ринку.

### Література

1. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.,
2. Інновінг в туризмі : монографія / А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.
3. Майнка М.К. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства: сутність та складові елементи. Zenodo. URL: <https://zenodo.org/records/4420386>
4. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми, Університетська книга, 2015. 728 с.
5. Манзюк В.В., Заборовський В.В., Копча І.І. Технології віртуальної реальності у сфері туризму. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*, 2024. Серія ПРАВО. Випуск 82: частина 1. С. 388-394.
6. Несторишен І. В. Інноваційний та проєктний менеджмент в туризмі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2023, № 1 (7), С. 21-26.
7. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання дев'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. – Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2023. 388 с.
8. Петльовий М., Несторишен І. В. Інновації як чинник розвитку туристичного підприємництва. *Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів*: збірник праць 2-ий Міжнародного науково-практичного форуму (м. Львів, 17-19 квітня 2024 року) / [відп. ред.: проф. О. І. Мороз]. Львів: «Камула», 2024. С. 96-104.
9. Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 228 p.

### References

1. Bosovska M.V. (2015) *Intehratsiini protsesy v turyzmi* : monohrafiia. K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 832 p.
2. *Innovinh v turyzmi* : monohrafiia (2016) / A.A. Mazaraki, S.V. Melnychenko, H.I. Mykhailichenko, T.I. Tkachenko ta in. ; za zah. red. A.A. Mazaraki. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t., 532 p.
3. Mainka M.K. *Biznes-modeli innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva: sutnist ta skladovi elementy*. Zenodo. URL: <https://zenodo.org/records/4420386>.
4. *Marketynh i menedzhment innovatsiinoho rozvytku* (2015): monohrafiia / za zah. red. d.e.n., prof. S. M. Illiashenka. Sumy, Universytetska knyha., 728 p.
5. Manziuk V.V., Zaborovskyi V.V., Kopcha I.I. (2024) *Tekhnolohii virtualnoi realnosti u sferi turyzmu*. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu*,. Serii PRAVO. Vypusk 82: chastyna 1. 3. 388-394 p.
6. Nestoryshen I. V. (2023) *Innovatsiinyi ta proiektnyi menedzhment v turyzmi*. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*,. № 1 (7), S. 21-26.
7. *Perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini ta sviti: upravlinnia, tekhnolohii, modeli: kolektyvna monohrafiia*. Vydannia deviate (2023) / za nauk. red. prof. Matviichuk L.Iu., prof. Barskoho Yu.M., dots. Lepkoho M.I. – Lutsk: VIP Lutskoho NTU. 388 s.
8. Petlovyi M., Nestoryshen I. V (2024). *Innovatsii yak chynnyk rozvytku turystrychnoho pidpriemnytstva. Industriia hostynnosti: stan, tendentsii rozvytku ta perspektyvy haluzi v umovakh yevrointehratsiinykh ta viiskovykh vyklykiv*: zbirnyk prats 2-yi Mizhnarodnoho naukovopraktychnoho forumu (m. Lviv, 17-19 kvitnia 2024 roku) / [vidp. red.: prof. O. I. Moroz]. Lviv: «Kamula»,. S. 96-104.
9. Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 228 p.