

УДК 338.48:005.591.6:339.9:35.072.2
DOI 10.15673/fie.v17i2.3171

Добрянська Н.А.

доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри туристичного бізнесу і рекреації
E-mail: n.a.dobrianska@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0826-8840>

Курченко Д.С.

аспірант
кафедра публічного управління та адміністрування
E-mail: kurchenko_denys@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-1411-1770>

Лебедєва В.В.

доктор економічних наук, професор
кафедра туристичного бізнесу і рекреації
E-mail: veralebedeva@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8127-4860>

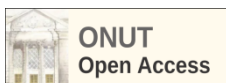
Орел В.О.

здобувачка 2 курсу СВО «Бакалавр»
Навчально-науковий інститут готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології ім.
О.О. Преображенського
Одеський національний технологічний
університет
вул. Канатна 112, м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: lilafrolova72@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-8447-9220>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

З зв'язку із складністю та багаторівневим характером управління галуззю, основною метою дослідження є комплексне вивчення та визначення механізмів розвитку інновацій для туристичних підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності у світовій економіці. У статті підкреслюється нагальна потреба у впровадженні нових організаційних та фінансових інструментів, впровадженні цифрових технологій та розробці нових схем управління людськими ресурсами для забезпечення гнучкості у вирішенні сучасних проблем. Також описано розвиток регіональних туристичних кластерів, просування місцевих брендів та узгоджені зусилля щодо залучення громади до процесів прийняття рішень у сфері туризму. Одним із напрямів є переосмислення стратегій управління туризмом, а саме зміни у ставленні споживачів, жорсткіші екологічні вимоги та зростаючий попит на індивідуалізовані та культурно-орієнтовані продукти, перелічені фактори формують нові виклики буденності в рамках яких необхідно винаходити нові рішення та шляхи. Інновації більше не є вибором, вони стають дедалі важливішою вимогою для успішного функціонування та розвитку бізнесу в умовах конкуренції. Перехід від прибутку до компромісу між збереженням культурної спадщини та сталим використанням природних ресурсів є головним правилом стратегічного управління сферою туризму.

Ключові слова: туристичні підприємства, конкурентоспроможність, організаційно-економічні механізми, публічне управління, сталий туризм, інновації.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Інноваційний розвиток туристичних підприємств наразі визнається одним із ключових рушійних сил підвищення їхньої конкурентоспроможності в умовах глобалізації та регіональних процесів. Тому туристична галузь, реагуючи на умови економічного, соціального та технологічного середовища, потребує нових концепцій управління процесами. Суть проблеми полягає в необхідності поєднання нових методів з ефективною організаційно-економічною системою, здатною забезпечити стабільний розвиток як у масштабі конкретного підприємства, так і в регіонах. Прикладна цінність зумовлена необхідністю адаптації

туристичних підприємств до цифрових інновацій, змін у споживанні та зростаючого значення сталого розвитку. Саме на перетині інновацій, управління та місцевого середовища виникають нові обов'язки, які потребують ґрунтовного дослідження та практичного застосування.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. У сучасних наукових дослідженнях попит на впровадження інноваційних методів у сфері державного управління туристичними регіонами постійно зростає. Зокрема, Хитра О. В. та Палюх В. В. наголошують, що цифрові та управлінські інновації повинні враховувати регіональні особливості туристичних регіонів, а також бути спрямованими на потреби територіальних громад

та зацікавлених сторін туристичного бізнесу [1]. Автори наголошують, що впровадження інновацій у систему державного управління може забезпечити більш стабільний та конкурентоспроможний розвиток дестинацій.

Проблеми екологічного менеджменту та організаційно-економічного забезпечення враховані в роботі Ніколюк О. В., Добрянської Н. А. та Левчук Ю. С., які наголошують на необхідності впровадження екологічної складової в стратегію розвитку підприємств [2]. Хоча дослідження стосується промислових підприємств, стратегії, викладені нижче, також актуальні для туристичної галузі, особливо в контексті сталого туризму, де існує рівновага між економічною вигодою та екологічною безпекою.

Добрянська Н. А., Лебедева В. В., Ліганенко М. Г. та Калінін Д. О. [3] наголошують на формуванні інноваційного потенціалу підприємств за допомогою організаційно-економічних механізмів управління. Дослідження авторів враховує імперативи створення ефективних механізмів, які дозволяють підприємствам підтримувати темпи умов для динамічних змін ринку, використовувати інновації як фактор стабільності та зміцнювати свої позиції в конкурентній боротьбі, створює умови для встановлення нових моделей управління, які можуть бути застосовані в галузі туризму [4].

Таким чином, аналіз наукових публікацій підтверджує наявність міждисциплінарної дослідницької стратегії вирішення проблеми, що об'єднує питання інноваційного розвитку, екологізації та стратегічного управління. Перераховані напрямки є важливими для розробки ефективної моделі конкурентного зростання туристичних підприємств у рамках міжнародного та регіонального управління.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є характеристика організаційно-економічних механізмів інноваційного розвитку туристичних підприємств та обґрунтування напрямів підвищення їх конкурентоспроможності в контексті міжнародного та регіонального управління.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Сучасні умови розвитку туристичного бізнесу характеризуються швидкими змінами в умовах труднощів глобалізації, цифровізації управління та зростання конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках. Саме в цих економічних умовах особливо актуальним є формування ефективних організаційних механізмів інноваційного розвитку, які дозволяють туристичним підприємствам реагувати на зміни зовнішнього середовища та ставати більш конкурентоспроможними.

Під економічним та організаційним механізмом інноваційного розвитку туристичного підприємства слід розуміти цілісну систему взаємопов'язаних форм, методів, інструментів та принципів управління, що забезпечують впровадження інновацій у всі сфери його діяльності – від створення туристичного продукту до просування на ринках збуту [6].

У процесі цифрової трансформації використання розумних технологій у сфері управління туристичними дестинаціями та підприємствами стає все більш актуальним. О. Хитра та В. Палюх стверджують, що розумний туризм та цифрові інновації є не лише інструментом конкурентоспроможності, але й інструментом системної модернізації туризму в цілому. Застосування таких технологій досягає ефекту цифрової синергії, завдяки якому організації здатні ефективно взаємодіяти з туристами, які використовують цифрові технології та розробляти індивідуальні пропозиції [2].

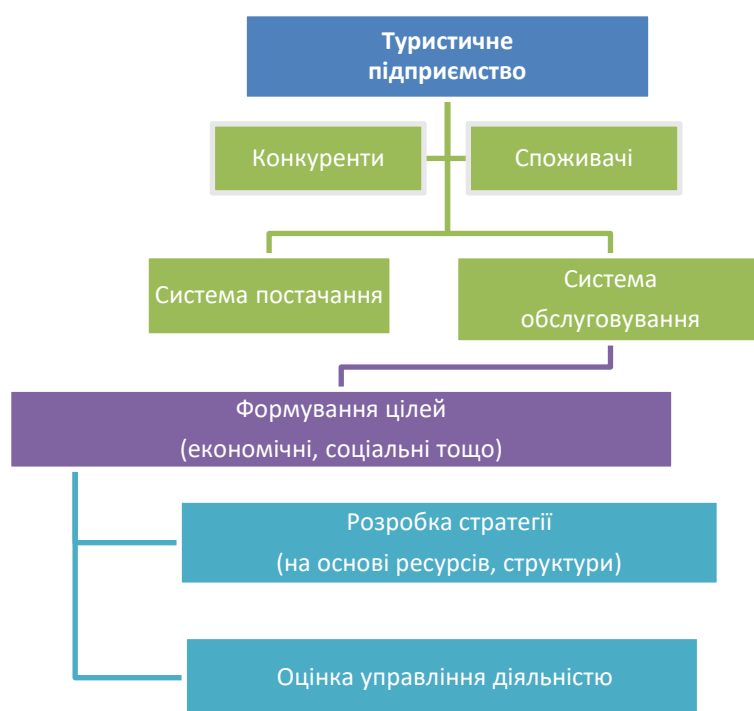


Рис. 1. Модель процесу розробки і реалізації стратегії розвитку діяльності туристичних підприємств*

*Джерело: побудовано авторами на основі даних [1,2]

Запропонована схема є цілісною моделлю функціонування туристичного підприємства, спрямованою на забезпечення його інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності в контексті міжнародного та регіонального менеджменту. Модель базується на взаємодії трьох основних компонентів: конкурентного середовища, цільових груп споживачів та безпосередніх споживачів туристичних продуктів. Такий тип структури дозволяє враховувати як зовнішні параметри, так і внутрішній потенціал підприємства під час прийняття стратегічних рішень.

Конкурентне середовище встановлює вимоги до системи постачання, місії та програми інноваційної реконструкції. Споживачі, зі свого боку, задають вектор еволюції через систему обслуговування, зворотний зв'язок та участь в інформаційному банку претензій та побажань. Цільові групи споживачів є найбільш значущими при визначенні стратегічних орієнтирів туристичного підприємства, оскільки їх сегментація на основі соціально-економічних, демографічних, професійних та поведінкових характеристик дозволяє адаптувати туристичні послуги до реальних потреб ринку.

У процесі посилення інноваційного потенціалу туристичних підприємств особливу увагу слід приділяти створенню адаптивної організаційної структури, яка дозволяє оперативно реагувати на зміни в регіональному та міжнародному туристичному середовищі. Такі структури повинні бути гнучкими, мережевими, з високим рівнем децентралізації прийняття рішень. Це забезпечує ефективне впровадження інновацій, особливо у сфері цифровізації туристичних послуг, персоналізації туристичного продукту та автоматизації обслуговування клієнтів.

Ключовим викликом сучасного туристичного бізнесу є пошук балансу між стандартизацією (як елементом якості) та адаптивністю (як вимогою індивідуалізації). Туристичні підприємства змушені переглядати традиційні схеми надання послуг та переходити на гібридну модель обслуговування – поєднання самостійного планування подорожей споживачем та професійної підтримки з боку туроператора або турагента. Отже, важливим інноваційним компонентом у цьому контексті є створення електронних платформ, що підтримуються штучним інтелектом, які можуть відображати вподобання туристів та надавати їм індивідуальні пропозиції.

На рівні регіонального управління інноваційний розвиток туристичних підприємств тісно пов'язаний з політикою місцевої влади щодо стимулювання туризму, залучення інвестицій та розвитку туристичної інфраструктури. Регуляторне середовище, податкова підтримка, пільгове кредитування та участь у міжнародних програмах транскордонного співробітництва є важливими інструментами формування конкурентоспроможної регіональної туристичної екосистеми. Наприклад, створення туристичних кластерів за участю малого та середнього бізнесу, навчальних закладів та місцевих органів влади дозволяє посилити

синергію та стабільний обмін інноваціями між учасниками галузі.

Міжнародний вимір управління туристичними підприємствами також ставить нові виклики. По-перше, глобальні тенденції вимагають дотримання міжнародних стандартів якості, екологічності та інклюзивності, що, у свою чергу, передбачає впровадження систем сертифікації, навчання персоналу відповідно до світових вимог та модернізацію матеріально-технічної бази. По-перше, міжнародна конкуренція сприяє розробці стратегії просування експорту туристичних послуг, співпраці з іноземними платформами бронювання, участі у виставках та цифровому маркетингу, спрямованому на іноземних туристів.

По-друге, необхідно впроваджувати моделі сталого розвитку в діяльність туристичних підприємств. Інноваційна діяльність не повинна обмежуватися технологічними чи маркетинговими інноваціями, а також повинна бути представлена екологічною відповідальністю, соціальною етикою та управлінням ресурсами. Створення туристичних продуктів з низьким вуглецевим слідом, розвиток «зеленого» туризму, залучення громад до туристичних ініціатив – все це не лише формує імідж підприємства, а й підвищує його стійкість до зовнішніх потрясінь, таких як пандемії чи кліматичні кризи.

Особливу роль у формуванні організаційно-економічного механізму відіграє система управління знаннями. Туристичне підприємство повинно активно накопичувати, систематизувати та поширювати знання – як внутрішні (накопичений досвід, інноваційні практики), так і зовнішні (маркетингові дослідження, тенденції поведінки споживачів, аналітика конкурентного середовища). Для цього доцільно впроваджувати сучасні ІТ-рішення, зокрема CRM-системи, аналітичні панелі, бази даних споживачів тощо.

Інноваційний розвиток у туристичній сфері також залежить від якості людського капіталу. Підвищення конкурентоспроможності неможливе без інвестування в навчання персоналу, розвиток креативності, гнучкого мислення та здатності до міжкультурної комунікації. Туристичні підприємства, які прагнуть лідерства на ринку, повинні впроваджувати системи безперервного навчання, зокрема через онлайн-курси, участь у міжнародних тренінгах, обміни та стажування.

Отже, організаційно-економічні системи інноваційного розвитку повинні базуватися на інтегрованій платформі з поєднанням стратегічного планування, операційного управління, гнучкої організаційної структури, високого рівня цифровізації, людського капіталу, екологічної відповідальності та ефективного партнерства на регіональному та міжнародному рівнях. Для ефективного функціонування такої системи необхідні лідерство, довіра, інституційна підтримка з боку держави та постійний моніторинг ефективності застосованих рішень.

Управління туристичним підприємством у рамках цієї моделі базується на поєднанні оперативного

та стратегічного контролю. Оцінка реального стану діяльності через механізми оперативного контролю дає можливість керувати та коригувати дії в короткостроковій перспективі. Стратегічне управління, що базується на стратегічному контролі, охоплює розробку довгострокових рішень для інноваційного розвитку туристичного підприємства на основі глибокого аналізу ринку, потенціалу організації та ефективного залучення ресурсів.

В моделі особливу увагу приділено процесу формулювання продуктової стратегії, що базується на сучасних управлінських підходах та спрямована на розвиток інноваційної бізнес-ідеї. Таким чином, можна забезпечити розвиток туристичного підприємства в умовах динамічного конкурентного середовища, з належним реагуванням на зміну потреб споживачів та адаптацією бізнес-моделі до регіональних та міжнародних вимог.

Таким чином, запропонована модель демонструє обґрунтування побудови організаційно-економічного механізму, який допоможе підвищити конкурентоспроможність туристичних підприємств шляхом

впровадження стратегічного мислення, інноваційних рішень та адаптивного управління ресурсами у багаторівневному контексті.

Конкурентоспроможність туристичних підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках значною мірою залежить від якості туристичних послуг. Як зазначають Н. Богдан, І. Писаревський та С. Погасій, сучасна реальність диктує впровадження системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів ISO 9001, які забезпечують глобалізацію якості на світовому рівні та дозволяють туристичним підприємствам конкурувати з іноземними учасниками ринку на рівних умовах [3].

Для адекватної оцінки рівня ефективності діяльності туристичних підприємств та відстеження впливу впроваджених організаційних та економічних інновацій доцільно застосовувати ряд кількісних показників, за допомогою яких можна визначати результати їхньої господарської діяльності. У таблиці наведено основні показники економічної ефективності та продуктивності ресурсів окремим туристичним підприємством або окремим працівником [8].

Таблиця 1

Порядок розрахунку показників конкурентоспроможності туристичних підприємств*

Показники	Суть показника	Метод (алгоритм) розрахунку
Середня вартість тур.обслуговування	Характеризує грошове вираження вартості обслуговування 1 туриста (тис.грн.)	$ВТ_{ср} = \frac{ОП_{тп}}{К_{тур}}$ де: $ОП_{тп}$ - обсяг наданих туристичних послуг, тис.грн.; $К_{тур}$ - кількість туристів, осіб
Середні платежі до бюджету	Характеризує грошове вираження сплати бюджетних податків у розрахунку на 1 туристичне підприємство (тис.грн)	$ПБ_{ср} = \frac{ПБ_{тп}}{ТП}$ де: $ПБ_{тп}$ - обсяг платежів до бюджету, тис.грн.; $ТП$ - кількість фактично працюючих тур.підприємств, од.
Продуктивність роботи тур.підприємств	Характеризує середній рівень доходів у розрахунку на 1 тур.підприємство (тис.грн)	$ПР_{тп} = \frac{ОП_{тп}}{ТП}$
Ефективність роботи тур.підприємств	Характеризує середню кількість туристів у розрахунку на 1 тур.підприємство (осіб)	$ЕР_{тп} = \frac{К_{тур}}{ТП}$ Натуральний показник
Середній дохід у розрахунку на 1 працівника	Характеризує ефективність використання трудових ресурсів (тис.грн.)	$Д_{роб} = \frac{ОП_{тп}}{К_{прац}}$ де: $К_{прац}$ - середньооблікова кількість працівників, осіб
Середня кількість туристів у розрахунку на 1 працівника	Натуральний показник ефективності використання трудових ресурсів (осіб)	$Е_{тр} = \frac{К_{тур}}{К_{прац}}$ Натуральний показник

*Джерело: згруповано авторами на основі інформації [6,7]

Варто зазначити, що одним із центральних компонентів організаційно-економічного механізму є кластеризація туристичної діяльності. Кластер як форма об'єднання туристичних підприємств, органів влади державного сектору, освітніх та інфраструктурних організацій надає можливість досягти синергії, знизити транзакційні витрати та стимулювати впровадження інноваційних технологій [2].

Крім того, екологічна та соціальна сторона розвитку сталого туристичного бізнесу має бути забезпечена шляхом застосування передових інструментів управління та оновлення інституційної бази [5].

Таким чином, формування економічних та організаційних механізмів інноваційного зростання є важливою умовою забезпечення стабільної конкурентної позиції туристичних підприємств на регіональних та міжнародних ринках. Використання інструментів цифровізації, кластеризації, стандартизації та державно-приватного партнерства допомагає забезпечити довгострокові цілі зростання, покращити якість та ефективність туристичного сектору.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження підтвердило важливість організаційно-економічних механізмів як

інструменту забезпечення інноваційного розвитку та посилення конкурентоспроможності туристичних підприємств в сучасних умовах. В умовах викликів глобалізації, цифрової трансформації та зростання очікувань споживачів саме ці механізми формують основу адаптивної та сталої моделі функціонування туристичної галузі. Проведений аналіз дозволяє зробити висновки, що інновації вже не є просто джерелом модернізації, а стають визначальним фактором системної реструктуризації туристичного бізнесу, зокрема на рівні державного управління туристичними DESTINATIONAMI.

Встановлено, що інтеграція цифрових рішень у практику управління та надання послуг є не лише технологічною потребою, а й новим способом створення цінності для споживача, враховуючи зміни в моделях поведінки та запитах суспільства. Успішне застосування таких підходів неможливе без оновлення управлінської парадигми, яка базується на системному

баченні, стратегічному плануванні та постійній взаємодії між суб'єктами туристичного ринку та державними установами. Водночас регіональна специфіка розвитку туристичного сектору вимагає врахування місцевих ресурсів, інфраструктури та соціально-економічного контексту. Практична значущість результатів впливає з можливості застосування розроблених підходів до управління туристичними підприємствами на різних рівнях – від індивідуального до національного та міжнародного.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на визначення впливу цифровізації, сталою розвитку та інституційного середовища на стратегічний вибір у туристичному секторі. Це дозволить сформувати більш комплексні моделі, здатні реагувати на нові виклики та забезпечувати сталий розвиток туристичної сфери в умовах невизначеності.

Література

1. Хитра О. В., Палюх В. В. Особливості застосування інноваційних технологій у публічному управлінні туристичною DESTINATIONAM // Механізм регулювання економіки. 2024. № 1 (103). С. 30–36. doi: 10.32782/mer.2024.103.05.
2. Nikoliuk O. V., Dobrianska N. A., Levchyk Yu. S. Organizational and economic determinants of ecologization of industrial enterprises // Economic journal Odessa polytechnic university. 2022. № 3 (21). P. 37–43. doi: 10.15276/EJ.03.2022.4.
3. Добрянська Н. А., Лебедева В. В., Ліганенко М. Г., Калінін Д. О. Імперативи розбудови організаційно-економічного механізму управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств // Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2025. № 2. С. 49–56. doi: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-2-12>.
4. Добрянська Н. А., Арбузова А. С., Мазілка О. О. Публічне управління як основний різновид соціального управління, галузь наукового знання і галузь освіти // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2022. № 2 (20). С. 11–17. doi: 10.15276/EJ.02.2022.2.
5. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Книги – XXI, 2008. 504 с.
6. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристських послуг: підручник. Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с.
7. Сидоренко В. К. Управління якістю туристичних послуг в Україні // Все про туризм. Туристична бібліотека. URL: <https://infotour.in.ua/sydorenko-1.htm> (дата звернення: 20.05.2025).
8. Галасюк С. С. Аналіз рівня конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг // Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 2. С. 89–93.
9. Пастух К. Публічне управління та адміністрування в забезпеченні сталою розвитку територій: теоретико-організаційний аспект // Науковий вісник: Державне управління. 2022. № 1(11). С. 186–206. doi: 10.33269/2618-0065-2022-1(11)-186-206.
10. Добрянська Н., Саркісян Г., Ніколюк О., Сланська К. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку // Food Industry Economics. 2021. Т. 13, вип. 4. URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2193> (дата звернення: 20.05.2025).

Стаття надійшла 2.06.2025

Стаття прийнята до друку 16.06.2025

Доступно в мережі Internet 15.07.2025

Dobrianska N.

Doctor of Economics, Professor
 Head Department of Tourism Business and Recreation
 E-mail: n.a.dobrianska@gmail.com
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0826-8840>

Lebedieva V.

Doctor of Economics, Professor
 Department of Tourism Business and Recreation
 E-mail: veralebedeva@ukr.net
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8127-4860>

Kurchenko D.

Postgraduate Student
 Department of Public Administration
 E-mail: kurchenko_denys@ukr.net
 ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-1411-1770>

Orel V.

2nd year applicant for Bachelor's degree
 Hotel and Restaurant and Tourism Business and
 Enology named after O.O. Preobrazhensky
 Odesa National University of Technology
 Kanatna str., 112 Odesa, Ukraine, 65039
 E-mail: lilafrolova72@gmail.com
 ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-8447-9220>

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL AND REGIONAL MANAGEMENT

Given the complexity and multi-level nature of the industry management, the main objective of this study is to comprehensively study and identify mechanisms for the development of innovations for tourism companies in order to increase their competitiveness in the global economy. This article emphasizes the urgent need to implement new organizational and financial instruments, implement digital technologies and develop new human resource management schemes to ensure flexibility in addressing new challenges.

Also mentioned are the development of regional tourism clusters, the promotion of local brands and concerted efforts to involve the community in tourism decision-making processes. Another call for rethinking tourism management strategies is the change in consumer attitudes, stricter environmental requirements and the growing demand for individualized and culturally oriented products, all of which create new challenges in everyday life within which new solutions and ways must be invented. Innovation is no longer an option; it is becoming an increasingly important requirement for the successful functioning and development of businesses in a competitive environment. The transition from profit to a compromise between the preservation of cultural heritage and the sustainable use of natural resources is an iron rule of strategic management of the industry.

The results and methods of this study are applicable as a basis for the development of effective innovation policies in the tourism industry at the regional and national levels. The results of the study will have practical significance for tourism management experts, municipal officials, businessmen and teachers who are interested in developing their innovation competence.

The competitive environment sets requirements for the supply system, mission and innovative reconstruction program. Consumers, for their part, set the vector of evolution through the service system, feedback and participation in the information bank of claims and wishes. Target groups of consumers are the most significant in determining the strategic guidelines of a tourism enterprise, since their segmentation based on socio-economic, demographic, professional and behavioral characteristics allows adapting tourism services to real market needs.

In the process of strengthening the innovative potential of tourism enterprises, special attention should be paid to the creation of an adaptive organizational structure that allows for prompt response to changes in the regional and international tourism environment. Such structures should be flexible, networked, with a high level of decentralization of decision-making. This ensures the effective implementation of innovations, especially in the field of digitalization of tourism services, personalization of the tourism product and automation of customer service.

Key words: tourism enterprises, competitiveness, organizational and economic mechanisms, public management, sustainable tourism, innovation.

References

1. Khytra, O. V., & Paliukh, V. V. (2024). Osoblyvosti zastosuvannya innovatsiinykh tekhnolohii u publichnomu upravlinni turystychnoiu destynatsiiei. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, 1(103), 30–36. doi: 10.32782/mer.2024.103.05.
2. Nikoliuk, O. V., Dobrianska, N. A., & Levchyk, Yu. S. (2022). Organizational and economic determinants of ecologization of industrial enterprises. *Economic journal Odessa polytechnic university*, 3(21), 37–43. doi: 10.15276/EJ.03.2022.4.

3. Dobrianska, N. A., Lebedieva, V. V., Lihanenko, M. H., & Kalinin, D. O. (2025). Imperatyvy rozbudovy orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia rozvytkom innovatsiinoho potentsialu pidpriemstv. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky ta prava*, 2, 49–56. doi: 10.36887/2524-0455-2025-2-12.
4. Dobrianska, N. A., Arbuzova, A. S., & Mazilkina, O. O. (2022). Publichne upravlinnia yak osnovnyi riznovyd sotsialnoho upravlinnia, haluz naukovoho znannia i haluz osvity. *Ekonomichni zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu*, 2(20), 11–17. doi: 10.15276/EJ.02.2022.2.
5. Kyfiak, V. F. (2008). *Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini*. Knyhy – XXI.
6. Bohdan, N. M., Pysarevskyi, I. M., & Pohasii, S. O. (2021). *Upravlinnia yakistiu turystykykh posluh*. KhNUMH im. O. M. Beketova.
7. Sydorenko, V. K. Upravlinnia yakistiu turystychnykh posluh v Ukraini. *Vse pro turyzm. Turystychna biblioteka*. <https://infotour.in.ua/sydorenko-1.htm> (Retrieved May 20, 2025).
8. Halasiuk, S. S. (2010). Analiz rivnia konkurentospromozhnosti rehionalnoho rynku turystychnykh posluh. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, (2), 89-93.
9. Pastukh, K. (2022). Publichne upravlinnia ta administruvannia v zabezpechenni staloho rozvytku terytorii: teoretyko-orhanizatsiinyi aspekt. *Naukovyi visnyk: Derzhavne upravlinnia*, (1(11), 186–206. doi: 10.33269/2618-0065-2022-1(11)-186-206.
10. Dobrianska, N., Sarkisian, H., Nikoliuk, O., & Yelanska, K. (2021). Analiz mizhnarodnoho rynku hotelnykh posluh: problemy i tendentsii rozvytku. *Food Industry Economics*, 13(4). <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2193> (Retrieved May 20, 2025).

Received 2 June 2025

Approved 16 June 2025

Available in Internet 15.07.2025

Цитування згідно ДСТУ 8302:20

Добрянська Н.А., Лебедєва В.В., Курченко Д.С., Орел В.О. Організаційно-економічні механізми інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті міжнародного та регіонального управління // Економіка харчової промисловості. 2025. Т.17, вип. 2. С. 74-80. doi 10.15673/fie.v17i2.3171

Cite as APA style citation

Dobrianska, N., Lebedieva, V., Kurchenko, D., & Orel, V. (2025). Organizational and economic mechanisms of innovative development and increasing the competitiveness of tourism enterprises in the context of international and regional management. *Food Industry Economics*, 17(2), 74-80. doi 10.15673/fie.v17i2.3171