

4. Панфілович О. Бабель: Японський готель найняв на роботу понад 240 роботів. Половину довелося звільнити через їхню безпорадність, 2019. URL: <https://babel.ua/news/24389-yaponskiy-gotel-naunyav-na-robotu-ponad-240-robotiv-polovinu-dovelosya-zviliti-cherez-jihnyu-bezporadnist> (дата звернення 20.10.2024).

5. Gale A. The Wall Street Journal: Robot Hotel Loses Love for Robots, 2019. URL: <https://www.wsj.com/articles/robot-hotel-loses-love-for-robots-11547484628> (дата звернення 20.10.2024).

6. Кушнірук В.С., Величко О.В., Коваль О.Д. Управління бізнес-процесами в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-65> (дата звернення 20.10.2024).

Маркова Д.С.,

здобувач вищої освіти,

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Науковий керівник: к.е.н., доцент Колонтаєвський О.П.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФЕНОМЕНУ ІННОВАЦІЙ

Інноваційність у сучасному світі стала критично важливим фактором для збереження конкурентоспроможності підприємств [1]. Компанії, які не адаптуються до змін у зовнішньому середовищі та не оновлюють свою діяльність, ризикують втратити свої позиції на ринку [2]. Варто зазначити, що поняття «інновації» увійшло до наукового обігу відносно недавно: у 60-70-х роках цей термін майже не застосовували. У той час в управлінській теорії значно популярнішим було поняття «наукова парадигма», що означало «визнані наукові досягнення, які певний час слугували моделлю для вирішення завдань у науковій спільноті» [3].

У зв'язку з цим необхідно чітко визначити терміни «інновація» та «інноваційна діяльність». У централізованій економіці науково-технічний прогрес базувався на прогнозах аналітичних центрів та державних установ, що реалізувалися через спеціальні науково-прикладні програми. Однак із розвитком інформаційних технологій підхід до інновацій кардинально змінився.

Інновації в сучасних реаліях є визначальним фактором для збереження підприємствами своєї конкурентоспроможності. У разі, якщо вони не зможуть швидко відреагувати на зміни навколишнього середовища та оперативно адаптувати свою діяльність, це може призвести до втрати їх ринкових позицій. Раніше в управлінській теорії використовувалося поняття «наукової парадигми», що описувало «визнані наукові досягнення, які певний час слугували зразком для постановки проблем та методів їх вирішення» [3].

У науковій літературі інновації на підприємствах часто розглядаються вузько, здебільшого з акцентом на технічні аспекти. Такий підхід пов'язує інноваційний розвиток переважно з промисловістю, включаючи нові технології, техніки та продукти. У дослідженнях зустрічається таке визначення: «Інновація (нововведення) – це кінцевий результат інноваційної

діяльності, який реалізується як новий або вдосконалений продукт, представлений на ринку, або новий чи вдосконалений технологічний процес, що застосовується на практиці» [4].

Як у вітчизняній, так і у світовій літературі представлено низку підходів до визначення сутності інновацій. Інновація являє собою комплекс виробничих, технічних і комерційних заходів, що сприяють виходу на ринок нових або вдосконалених продуктів чи технологічних процесів, які знаходять практичне застосування, а також нових підходів до надання соціальних послуг. Важливою умовою є науково-технічна новизна інновації та її практичне використання у виробництві [5].

Світ новацій значно ширший, ніж лише техніка та технології. Термін «новація» охоплює всі види нововведень у різних сферах – виробничій, організаційній, фінансовій, науковій, соціальній, а також усі вдосконалення, що сприяють зниженню витрат або змінюють спосіб життя [6].

Більшість новацій втілюється в економічній сфері, сприяючи економічному зростанню та зміцненню конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і держави загалом. Проте багато з новацій, якщо їх не реалізувати своєчасно, швидко втрачають свою актуальність і комерційну привабливість. Після впровадження новації у виробництво чи інші сфери діяльності вона перетворюється на нововведення (інновацію). Нововведенням є процес реалізації та поширення нових продуктів, послуг, виробничих процесів, ідей, методів роботи або інших новацій, що впливають на організацію та її середовище. Це результат практичного застосування новації, оцінений як за економічними показниками, так і за соціальним ефектом [7].

Нововведення додає вартість та створює матеріальні цінності через зміну технологій, матеріалів, цін, послуг або демографічних факторів, стимулюючи новий попит і відкриваючи нові ринки. Воно також забезпечує перерозподіл ресурсів у напрямку сфер із більшою продуктивністю та рентабельністю.

З фінансової точки зору, інновація – це процес інвестування в новації, зокрема в розробку нових технологій, техніки чи проведення нових досліджень. Інновації мають специфічні характеристики як товар, оскільки супроводжуються високим рівнем невизначеності у досягненні науково-технічних результатів, особливостями фінансування (ризиком тимчасового розриву між витратами та результатами), а також непередбачуваністю попиту з боку споживачів.

У буквальному перекладі з латини «інновація» означає впровадження новацій або нововведень. Поняття «новація» включає новий порядок, звичай, метод або явище. Нововведення ж охоплює впровадження нових ідей, продуктів, послуг та виробничих процесів. Зазвичай термін «нововведення» розглядають як український еквівалент англійського слова «innovation», що означає впровадження новацій. У нашому контексті під нововведенням розуміють новий порядок, метод, винахід або явище. У буквальному сенсі «введення нового» описує процес практичного застосування цього нововведення. Термін «інновація» набув широкого використання під час трансформації економіки України як самостійне поняття, а також для

позначення пов'язаних термінів: «інноваційна діяльність», «інноваційний процес», «інноваційне рішення» тощо. У літературі існує безліч різних визначень цього поняття [3]. У широкому розумінні інновації передбачають комерційне використання нововведень у вигляді нових технологій, продуктів і послуг, а також організаційно-технічних і соціально-економічних рішень, що охоплюють виробничі, фінансові, комерційні, адміністративні та інші аспекти діяльності. Період від зародження ідеї до створення, поширення та застосування нововведення називають життєвим циклом інновації, а послідовність його реалізації – інноваційним процесом [8].

Основними ознаками інновацій є науково-технічна новизна та можливість використання у виробництві. Відтак, науково-технічні інновації повинні мати новизну, відповідати попиту ринку та приносити виробнику прибуток. Як створення, так і поширення нововведень є невід'ємними складовими інноваційного процесу.

Бібліографічний список:

1. Ганчук М.Д. Інновації та їх вплив на економіку сучасного світу. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 2. С. 102-109.
2. Ткачук О.М., Германюк Н.В. Сучасне удосконалення інноваційної діяльності підприємства. *Економіка і організація управління*. 2020. № 4. С. 90-99.
3. Верба В.А., Новікова І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Проблеми науки*. 2003. №3. С.22-31.
4. Чорна М.В., Глухова С.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія. Харків : ХДУХТ, 2012. 210 с.
5. Касьяненко В.О. Інновації як один із факторів формування конкурентоспроможності країни. *Механізм регулювання економіки*. 2011. № 4. С. 82-87.
6. Ткаченко А.М. Поняття, види продуктових інновацій та запровадження їх у підприємство. *Держава та регіони*. Серія: *Економіка та підприємництво*. 2015. №3. С. 130-133.
7. Радинський С.В. Інновації та інноваційна діяльність: дискусійні категорії. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених „Соціально-економічні аспекти розвитку економіки», 27-28 квітня 2017 року*. Т.: ТНТУ, 2017. С. 37-40.
8. Погайдак О.Б. Інноваційні аспекти стабілізації регіональної економіки. *Ефективна економіка*. 2010. № 3. С. 128-132.

Масель Ю.С.,

аспірант,

Уманський національний університет садівництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кожухівська Р.Б.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ ст., тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. За даними статистики Всесвітньої організації туризму, на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу