

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.48.:334.02

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(1)-72-75

БІЛЕЦЬКА І. М.

Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту  
Тернопільського національного економічного університету

### НАПРЯМИ ТА ЗАСОБИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*У статті досліджено та визначено потенційні напрями інноваційного розвитку, серед яких напрям організаційно-управлінського розвитку, напрям інформаційно-технологічного розвитку, напрям фінансово-інвестиційного розвитку, напрям маркетингового розвитку, напрям інфраструктурного розвитку, напрям іманентного розвитку, напрям інтегрованого розвитку, напрям кластерного розвитку, напрям інтерактивного регіонально-мережевого розвитку. Окреслено їх завдання та результат впровадження на туристичних підприємствах.*

*Ключові слова: напрям, туристичне підприємство, інновацій розвиток, завдання, розбудова інфраструктури.*

BILETSKA I.

Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management of  
Ternopil National Economic University

### RIGHTS OF THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PECULIARITIES OF DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TOURIST COMPANIES

*The growth of competition in the domestic market of tourist services undoubtedly complicates the conditions of development of domestic tourist enterprises, but the high tourist and recreational, historical and cultural, natural and climatic, socio-economic, and potential of Ukraine opens up prospects for further activation and increase of efficiency of tourism business. However, such conditions require qualitative strategy, identification and strategic vision of both potential prospects and opportunities for their implementation. First of all, the vision of strategic development involves identifying promising spheres and directions of innovative development of tourist enterprises. As a result of the analysis of the state and trends, conditions of operation of tourist enterprises, it was found that perspective directions of their further innovation development can be considered a sphere of production with the development and introduction of new innovative products, the provision of new tourist services and services; management with the improvement of organizational and managerial processes, information technologies, personnel, financial support; sphere of promotion of tourism products, services and services with active informatization, production of marketing innovations, integration and globalization; as well as the introduction of tourism products, services and services in the modern information environment of the single global tourism market. The potential directions of innovative development were identified and identified: the direction of organizational and managerial development, the direction of development of information technologies, the direction of development of financial and investment development, the direction of development of marketing, the direction of infrastructure development, the direction of immanent development, the direction of integrated development, the direction of cluster development, the direction of interactive regional development. The prospect of further research is the achievement and realization of these promising directions of innovation development through careful strategic planning, development and implementation of innovative changes, in particular, using such a tool as the strategy of innovative development of the tourist enterprise.*

*Key words: direction, tourism company, innovation development, tasks, infrastructure development.*

**Постановка проблеми.** Зростання конкуренції на внутрішньому ринку туристичних послуг, беззаперечно, ускладнюють умови розвитку вітчизняних туристичних підприємств, але високий туристично-рекреаційний, історико-культурний, природно-кліматичний, соціально-економічний, потенціал України відкриває перспективи до подальшої активізації та підвищення ефективності туристичного бізнесу. Проте, такі умови вимагають якісного стратегування, ідентифікації і стратегічного бачення як потенційних перспектив, так і можливостей їх реалізації. В першу чергу бачення стратегічного розвитку передбачає ідентифікацію перспективних сфер та напрямів інноваційного розвитку туристичних підприємств.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Багато уваги науковців, серед яких Н. Батьковець, Е. Кордек, Л. Стецюк, М. Багрій, С. Грабовенська, І. Мазуркевич Т. Дзюба, О. Пашенко приділено дослідженню перспективних напрямів та засобів інноваційного розвитку, проте їх функціонування на туристичних підприємствах залишається недостатньо розкритим та потребує більш детального визначення.

**Мета статті** полягає у дослідженні особливостей напрямків та засобів інноваційного розвитку та визначення результату їх впливу на туристичні підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Із метою забезпечення інноваційного розвитку туристичного підприємства першочергового впровадження потребують базові напрями спрямовані на реалізацію інноваційного потенціалу підприємства за його складовими, ресурсної бази, відповідно для цього необхідно зміцнити функціональні підсистеми підприємства удосконаливши їх функціонування. Водночас, реалізація потенціалу та нових інноваційних напрямів дасть можливість здійснити інноваційні зміни та призведе до зростання активності та ефективності інноваційного розвитку.

Напрямок організаційно-управлінського розвитку передбачає впровадження організаційних та управлінських інновацій, удосконалення бізнес-процесів управління в наданні туристичних послуг, впровадження організаційних інновацій, використання нових інноваційних форм організації туристичної діяльності та удосконалення кадрового забезпечення інноваційного розвитку [4]. Основними завданнями напряму організаційно-управлінського розвитку є впровадження організаційних інновацій; оновлення та удосконалення кадрової політики; оптимізація економічної та фінансової діяльності; впровадження сучасних форм та методів управління; удосконалення бізнес-процесів управління.

Удосконалення бізнес-процесів управління передбачає розбудову системи управління підприємством із застосуванням процесного підходу на основі побудови та впровадження бізнес-процесів управління в здійсненні операційної діяльності із наданням туристичних послуг та сервісів споживачам, в інноваційній діяльності зі створенням нових інноваційних продуктів та впровадженням інноваційних процесів, маркетингових, технологічних, сервісних інновацій. Графічно розбудову бізнес-процесів управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств можна представити у вигляді основного блоку бізнес-процесу, основною функцією якого є управління інноваційною діяльністю туристичного підприємства (рис. 1).

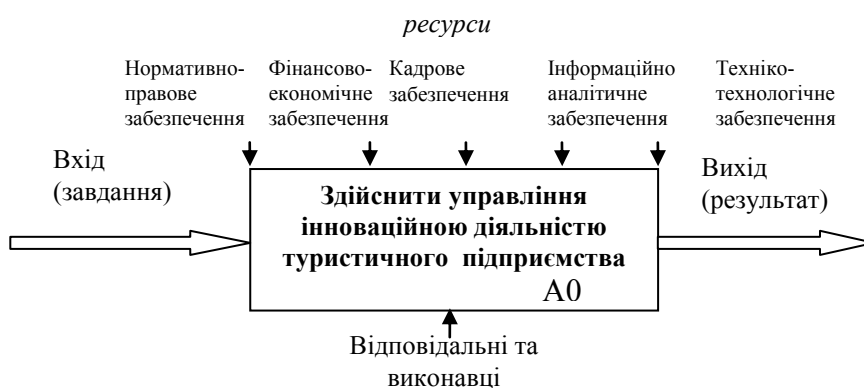


Рис. 1. Бізнес-процес управління інноваційною діяльністю туристичного підприємства

Джерело: сформовано автором

Розбудова та впровадження бізнес-процесів управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств дозволяє оптимізувати організаційну структуру туристичного підприємства, визначити та закріпити функції й обов'язки як між структурними підрозділами туристичного підприємства так і за окремими відповідальними та виконавцями, визначити і систематизувати потік інформації на підприємстві від операційної до фінансово-економічної, включаючи обов'язкову звітність, документообіг та інформаційні зв'язки із зовнішніми контрагентами – споживачами, постачальниками, підприємствами аутсорингу та іншим зовнішніми партнерами; оптимізувати та систематизувати використання кадрових, фінансових, інформаційних, технічних ресурсів, що дозволяє значно зменшити постійні витрати підприємств туристичного бізнесу [1]. Загалом, розбудова бізнес-процесів в управлінні інноваційною діяльністю дозволить ефективно та системно впроваджувати інновації за всіма визначеними напрямками інноваційного розвитку туристичного підприємства.

Напрямок інформаційно-технологічного розвитку спрямований на впровадження нових інформаційних технологій в наданні туристичних послуг, приєднання до спеціалізованого програмного забезпечення міжнародних туристичних мереж.

Основними завданнями інформаційно-технологічного напряму інноваційного розвитку є: розбудова на туристичному підприємстві сучасних інформаційно-технологічних мереж; отримання доступу та приєднання до світових інформаційних мереж, активне залучення та використання мережі Інтернет; приєднання до спеціалізованого програмного забезпечення міжнародних туристичних мереж; автоматизацію діяльності туристичних підприємств; розвиток електронного бізнесу в галузі туризму.

Напрямок інформаційно-технологічного розвитку на сучасному етапі розвитку світового ринку туристичних послуг є одним із базових ключових напрямів оскільки він забезпечує функціонування, впровадження та реалізацію всіх інших напрямів інноваційного розвитку туристичного підприємства та здійснення ним операційної, фінансово-господарської діяльності. Загалом напрям інформаційно-технологічного розвитку, застосування та впровадження інформаційних ресурсів та сучасних інформаційних технологій робить можливим входження того чи іншого підприємства в туристичний ринок та здійснення ним операційної діяльності в наданні туристичних послуг та сервісів.

Напрямок фінансово-інвестиційного розвитку є забезпечувальним напрямом, що є необхідним для планування та реалізації інших напрямів інноваційного розвитку туристичного підприємства, впровадження його продуктових, сервісних, організаційних, маркетингових та інших видів інновацій, розбудови інфраструктури туристичного підприємства та його ефективної інтеграції в світові глобальні мережі туристичного ринку. Завданнями напряму фінансово-інвестиційного розвитку є пошук нових джерел

залучення інвестицій, фінансових ресурсів необхідних для здійснення інноваційної діяльності, залучення та використання механізмів венчурного фінансування в діяльності туристичних підприємств. Результати його впровадження дають можливість забезпечити підприємства туристичної галузі фінансовими ресурсами необхідними для розробки та впровадження інновацій.

Напрямок маркетингового розвитку заснований на впровадженні маркетингового комплексу із формування, рекламування, просування та реалізації туристичного продукту вітчизняних туристичних підприємств на внутрішньому ринку країни та із інтегруванням на зовнішні ринки. Основними завданнями в рамках маркетингового напрямку інноваційного розвитку туристичних підприємств є брендінг – створення та реєстрація бренду туристичної компанії; впровадження інноваційних моделей позиціонування та просування туристичного продукту на ринку: розробки та просування пекідж-турів; провадження програм клієнто-орієнтованого маркетингу, розробки та впровадження рекламних компаній із просування інноваційних продуктів та сервісів туристичного підприємства; просування брендінгу туристичного підприємства в мережі інтернет-брендінгу та інтернет-маркетингу, соціального медіа маркетингу [5].

Напрямок інфраструктурного розвитку туристичного підприємства спрямований на розбудову нової інфраструктури туризму, впровадження інструментів аутсорсингу у розвитку туристичних підприємств, розбудови логістичних систем туристичного підприємства. Завданнями інфраструктурного напрямку інноваційного розвитку є: розвиток туристичної інфраструктури; впровадження інструментів та механізмів аутсорсингу, розбудова логістичних систем в сфері туризму. Застосування інфраструктурного розвитку дозволить зменшити адміністративні та транзакційні витрати, знизити вартість та собівартість окремих послуг, оптимізувати наявні на підприємстві кадрові, фінансові, техніко-технологічні ресурси, підвищити якість та знизити вартість надання послуг, підвищити якість та швидкість надання транспортних послуг в туристичному бізнесі та здешевити вартість транспортування в собівартості туристичних продуктів та послуг, забезпечуючи їх доступність для різних сегментів споживачів.

Напрямок іманентного розвитку це новий інноваційний напрям акцентований на впровадження нових туристичних продуктів, нових видів туризму та сервісів туристичного підприємства, відповідно охоплює як продуктові, так і сервісні інновації. Основними завданнями іманентного напрямку інноваційного розвитку туристичного підприємства є удосконалення існуючих та створення нових видів інноваційних туристичних продуктів та послуг; впровадження нових туристичних сервісів.

Напрямок інтегрованого розвитку спрямований на розвиток туристичних підприємств через впровадження горизонтальної інтеграції – придбання чи встановлення контролю над іншими туристичними фірмами на ринку; вертикальної інтеграції через встановлення зв'язку чи придбання підприємств постачальників товарів та послуг в системі туристичного бізнесу; та діагональної інтеграції через об'єднання із несуміжними та неоднорідними підприємствами, що включаються в технологічний ланцюг туристичного підприємства (екскурсійні бюро, компанії перевізники, каси продажу квитків, страхові компанії і т.д.). Реалізація напрямку інтегрованого розвитку дасть можливість значно активувати посилити присутність туристичного підприємства на ринку збільшити його активність та ринкову долю, посилити його конкурентні позиції, а встановлення контролю, технічна кооперація із підприємствами як туристичного, так й інших ринків, що виступають постачальниками окремих послуг із застосуванням інструментів аутсорсингу, дозволить значно оптимізувати та зменшити витрати кадрових, матеріальних, фінансових, технологічних ресурсів, оптимізувати та систематизувати фінансово-господарські зв'язки та бізнес-процеси діяльності туристичного підприємства, підняти рентабельність його економічної діяльності та рівень якості надання туристичних послуг.

Основними завданнями напрямку інтегрованого розвитку є вертикальна інтеграція із постачальниками та контрагентами туристичного підприємства; горизонтальна інтеграція, поглинання інших туристичних підприємств; та діагональна інтеграція туристичних підприємств.

Реалізація напрямку інтегрованого розвитку дасть можливість значно активувати посилити присутність туристичного підприємства на ринку збільшити його активність та ринкову долю, посилити його конкурентні позиції, а встановлення контролю, технічна кооперація із підприємствами як туристичного так й інших ринків, що виступають постачальниками окремих послуг із застосуванням інструментів аутсорсингу, дозволить значно оптимізувати та зменшити витрати кадрових, матеріальних, фінансових, технологічних ресурсів, оптимізувати та систематизувати фінансово-господарські зв'язки та бізнес-процеси діяльності туристичного підприємства, підняти рентабельність його економічної діяльності та рівень якості надання туристичних послуг.

Напрямок кластерного розвитку включає участь туристичних підприємств у створенні та функціонуванні туристичних регіональних кластерів особливо в туристично-активних регіонах, що мають значний оздоровчо-рекреаційний потенціал, із розвитком програм «Зеленого туризму» та активізацією процесів державно-приватного партнерства. Кластеризація та створення туристичних кластерів на певних територіях чи навколо рекреаційних зон є оптимальною продуктивною формою внутрішньої інтеграції та кооперації, має значний синергетичний ефект та забезпечує активізацію та зростання ефективності операції та фінансово-господарської діяльності всіх підприємств учасників туристичного кластеру, зростання ефективності їх функціонування.

Основними завданнями кластерного розвитку є участь туристичних підприємств у формуванні та розвитку туристичних кластерів та участь у процесах державно-приватного партнерства.

В результаті впровадження та розвитку туристичних кластерів значною мірою зростає рівень соціально-економічного життя цих регіонів, забезпечується активність регіонального розвитку загалом та

інвестиційна привабливість регіонів та зміцнюються зв'язки між бізнесом, державними органами, банківськими системами, розробляються, фінансуються та реалізуються інфраструктурні проекти, зростає ефективність функціонування підприємств учасників туристичних кластерів, забезпечується розвиток та поширення туристичних брендів [3]. Створення туристичних кластерів стимулює зростання та розвиток інших суміжних виробництв регіону, стимулює розвиток промисловості, науки, соціальної сфери [2].

Напрямок інтерактивного регіонального мережевого розвитку передбачає створення та розвиток мережі представників операторів, туристичних агенцій певного бренду в межах регіонів для поглиблення ринку і спрощення доступу клієнтів до отримання інформації та туристичних послуг через використання інтерактивного простору.

Основними завданнями інтерактивного регіонального мережевого розвитку є: розвиток регіональних мереж туроператорів, впровадження моделі 4D брендингу, впровадження механізмів франчайзингу в інтерактивному просторі туристичного ринку.

В результаті реалізації напрямку інтерактивного регіонального мережевого розвитку відбуваються значне розширення та поглиблення туристичного ринку певних регіонів; збільшується доступ до техніко-технологічних ресурсів окремих регіональних туроператорів й агентів та виникає можливість надання споживачам послуг провідних туристичних брендів, що асоціюються із високим рівнем сервісу та якості, значною мірою зростає рівень інноваційної активності туристичних операторів; зростає мобільність кооперації та взаємодії; відбувається розподіл туристичного ринку між туристичним оператором та їх централізоване технологічне забезпечення; підвищується конкурентоспроможність туристичних підприємств та значною мірою збільшується обсяг наданих туристичних послуг; зростає рівень та якість обміну інформацією, ідеями, продуктами та взаємодія в межах спільного інтерактивного простору.

**Висновки.** В підсумку аналізу стану і тенденцій, умов функціонування підприємств туризму встановлено, що перспективними сферами їх подальшого інноваційного розвитку можна вважати сферу виробництва із розробкою та впровадженням нових інноваційних продуктів, сферу надання нових туристичних послуг та сервісів; сферу управління із удосконаленням організаційно-управлінських процесів, інформаційно-технологічного, кадрового, фінансового забезпечення; сферу просування туристичних продуктів, послуг та сервісів із активною інформатизацією, провадженням маркетингових інновацій, інтеграцією та глобалізацією; та сферу реалізації туристичних продуктів, послуг та сервісів в сучасних інформаційно-технологічних умовах єдиного, глобалізованого туристичного ринку. У відповідності до цих сфер окреслено та визначено потенційні напрями інноваційного розвитку: напрям організаційно-управлінського розвитку, напрям інформаційно-технологічного розвитку, напрям фінансово-інвестиційного розвитку, напрям маркетингового розвитку, напрям інфраструктурного розвитку, напрям іманентного розвитку, напрям інтегрованого розвитку, напрям кластерного розвитку, напрям інтерактивного регіонально-мережевого розвитку.

Досягнення і реалізація цих перспективних напрямів інноваційного розвитку передбачає ретельне стратегічне планування, проектування і впровадження інноваційних змін, зокрема з використанням такого інструменту, як стратегія інноваційного розвитку туристичного підприємства.

#### Література

1. Батьковець Н. О. Віртуалізація бізнес-процесів через впровадження сучасних інформаційних технологій в туризмі / Н. О. Батьковець, Е. І. Кордек, Л. Р. Стецюк // Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“, 25-26 листопада 2015 року. – Т. : ТНТУ, 2015. – Том 2. – С. 175–176.
2. Багрії М.В. Кластер – перспективний напрям розвитку туристично-рекреаційного регіону [Електронний ресурс] / М.В. Багрії // Ефективна економіка. – 2014. – № 6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3168>.
3. Грабовенська С. Впровадження туристичних кластерів як рушійної сили підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг [Електронний ресурс] / С. Грабовенська // Молодь і ринок. – 2015. – № 5. – С. 80–87. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir\\_2015\\_5\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2015_5_20)
4. Мазуркевич І. О. Інноваційні підходи в діяльності туристичного бізнесу / І. О. Мазуркевич, Т. А. Дзюба // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2016. – № 3. – С. 50–56. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU\\_2016\\_3\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU_2016_3_12)
5. Пашченко О.П. Брендінг туристичного підприємства: стратегічний аспект / О. П. Пашченко // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 566–573.

#### References

1. Batkovets N. O. Virtualizatsiia biznes-protsesiv cherez vprovadzhennia suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii v turyzmi / N. O. Batkovets, E. I. Kordek, L. R. Stetsiuk // Zbirnyk tez dopovidei IV Mizhnarodnoi naukovo-tekhnichnoi konferentsii molodykh uchenykh ta studentiv „Aktualni zadachi suchasnykh tekhnolohii“, 25-26 lystopada 2015 roku. – T. : TNTU, 2015. – Tom 2. – S. 175–176.
2. Bahrii M.V. Klaster – perspektivnyi napriam rozvytku turystychno-rekreatsiinoho rehionu [Elektronnyi resurs] / M.V. Bahrii // Efektyvna ekonomika. – 2014. – № 6. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3168>.
3. Hrabovenska S. Vprovadzhennia turystychnykh klasteriv yak rushiinoi syly pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turystychnykh posluh [Elektronnyi resurs] / S. Hrabovenska // Molod i rynok. – 2015. – № 5. – S. 80–87. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir\\_2015\\_5\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2015_5_20)
4. Mazurkevych I. O. Innovatsiini pidkhody v diialnosti turystychnoho biznesu / I. O. Mazurkevych, T. A. Dziuba // Visnyk Shkhdnoukrainskoho natsionalnogo universytetu imeni Volodymyra Dalia. – 2016. – № 3. – S. 50–56. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU\\_2016\\_3\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU_2016_3_12)
5. Pashchenko O.P. Brendynh turystychnoho pidpriemstva: stratehichnyi aspekt / O. P. Pashchenko // Ekonomika i suspilstvo. – 2017. – № 9. – S. 566–573.

Рецензія / Peer review 19.11.2018      Надрукована / Printed: 06.12.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Васильців Т. Г.