

П.Г. Перерва
В.О. Матросова
А.В. Косенко
О.М. Проскурня
М.В. Кармінська-Бєлоброва

СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мета роботи полягає в уточненні поняття «інновація» та обґрунтуванні складових інноваційного потенціалу промислового підприємства.

Об'єктом дослідження є процеси інноваційної діяльності туристичних підприємств

Методи досліджень. Для досягнення поставленої мети були виконані аналітичні дослідження з використанням методів порівняння, статистичного аналізу та функціонального аналізу.

Результати. У представленому дослідженні запропоновано визначення «інноваційного потенціалу», як загальної економічної категорії, надана його структурна характеристика. Особливо розглянуті складові інноваційного потенціалу туристичного підприємства та досліджено механізм їх взаємодії. Особлива увага приділена ресурсній складовій інноваційного потенціалу, яка є свого роду «плацдармом» для його формування. Визначено, що теоретичні та методологічні положення інноваційного потенціалу потребують подальшого дослідження та поглибленого вивчення матеріалу попередніх досліджень. Запропоновано алгоритм оцінки інноваційного потенціалу підприємства, який включає в себе три основні компоненти: аналіз структури інноваційного потенціалу; виявлення ступеня використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства; оцінка рівня інноваційної активності підприємства.

Наукова новизна. Запропоновано визначення «інноваційного потенціалу», як загальної економічної категорії, надана його структурна характеристика. Сформовано парадигму визначення рівня інноваційного потенціалу туристичного підприємства на основі взаємодії комплексного та системного підходів. З позицій системного підходу інноваційний потенціал є невід'ємною частиною сукупного потенціалу туристичного підприємства і являє собою цілісну динамічну соціально-економічну систему. З позицій комплексного підходу інноваційний потенціал являє собою комплексну структуру, що складається із сукупності взаємодіючих елементів різного ступеня складності й організації.

Практична значимість. Результати оцінки стану елементів інноваційного потенціалу туристичного підприємства лягають в основу розробки комплексу заходів, спрямованих на збільшення рівня інноваційної активності підприємства та підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності туристичного підприємства.

Ключові слова: інноваційний потенціал, оцінювання, системний підхід, ресурсна складова, експертні оцінки, туристичні підприємства

Вступ. Ефективна діяльність туристичних підприємств в умовах ринку також багато в чому залежить від їх здатності до інноваційного розвитку. Формування і вибір стратегічних напрямків інноваційної діяльності базується на результатах всебічної оцінки як середовища, в якому працює підприємство, так і визначенні внутрішніх інноваційних можливостей підприємства, які характеризуються станом і рівнем використання інноваційного потенціалу. При цьому інноваційні можливості підприємств істотно розрізняються в залежності від конкретних особливостей підприємства, його галузевої приналежності і стратегічної спрямованості. У зв'язку з цим оцінка інноваційного потенціалу в сучасних умовах стає об'єктивно необхідним елементом у процесі управління інноваційною діяльністю підприємства [1, 2].

Мета роботи полягає в уточненні поняття «інновація» та обґрунтуванні складових інноваційного потенціалу промислового підприємства, а також уточнення поняття та складу інноваційного потенціалу.

Об'єктом дослідження є процеси інноваційної діяльності туристичних підприємств.

Методи досліджень. Для досягнення поставленої мети були виконані аналітичні дослідження з використанням методів порівняння, статистичного аналізу та функціонального аналізу, а також системний та комплексний підхід.

Аналіз існуючих досліджень та публікацій. Поняття «потенціал» широко використовується в економіці. У загальнонауковому контексті воно найчастіше пов'язується з поняттями «сила» або «міцність» і тому термін «потенціал» традиційно застосовується для характеристики засобів, запасів, джерел або можливостей, які можуть

бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі у діяльності підприємства [3]. Наприкінці XX століття вийшло багато публікацій щодо різноманітних аспектів потенціалу і сформувалася теорія потенціалу економічних систем. В економічному контексті потенціал підприємства трактується по-різному: від надзвичайно вузького розуміння як річний обсяг виробництва, який можливий за умови повного використання виробничої потужності підприємства при існуючому організаційно-технічному рівні, як спроможність, внутрішній ресурс системи, енергія, які можуть бути мобілізовані для досягнення певних цілей за певних умов [4] і навіть до всеосяжних категорій – як соціально-економічна система [5]. Найбільш узагальнене тлумачення визначення поняття «потенціал підприємства» надає В.І.Хомяков: потенціал підприємства – це сукупність його можливостей у якій-небудь галузі для досягнення конкретних цілей [4]. Подальші дослідження в межах теорії потенціалу економічних систем призвели до розгляду окремих видів потенціалу: конкурентоспроможного, стратегічного, підприємницького, маркетингового, виробничого, людського, економічного, ринкового. Своїми дослідженнями у питанні інновацій та інноваційного потенціалу широко відомі такі вчені: П.Г.Перерва, С.М.Ілляшенко, Ю.В.Яковец, С.Ю.Глаз'єв, Н.С.Ілляшенко, О.Н.Фолом'єв, О.П.Косенко, Т.О.Кобелева, В.І.Кушлін, В.О.Москвін, О.Н.Цветков, В.Д.Андріанов, П.Н.Завлін, А.В. Васил'єв, В.В.Горшков, Е.А. Уткін, Г.І. Морозова, Г.І. Жиц та інші. Інноваційний потенціал представляється як «накопичена певна кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції» [5], або тлумачиться як «система чинників і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу» [6], що значно спрощує дійсність, а також звужує сферу вживання цієї важливої категорії. У визначенні інноваційного потенціалу як «здатності різних галузей народного господарства виробляти наукоємну продукцію, що відповідає вимогам світового ринку» [7-9], ця категорія прив'язана до конкретного рівня (народне господарство), що також звужує сферу її вживання. Крім того, в цьому випадку з розгляду випадають організаційні інновації і

інновації-послуги. У цих і інших визначеннях інноваційного потенціалу, як правило, розкривається одна або декілька суттєвих характеристик даного явища. В одному випадку акцент переноситься на інституційні структури або засоби формування потенціалу, в іншому йде прив'язка до конкретного рівня (підприємство, національна економіка і так далі). Таке визначення, як «інноваційний потенціал містить невикористані, приховані можливості накопичення ресурсів, які можуть бути приведені в дію для досягнення цілей економічних суб'єктів» [10], також свідчить про наявність неоднозначності в розумінні суті інноваційного потенціалу. Дана обставина значною мірою ускладнює розробку практичних рекомендацій з формування і ефективного використання інноваційного потенціалу і, таким чином, негативно позначається на кінцевих результатах інноваційної діяльності. Відмічене обумовлює необхідність проведення додаткового дослідження інноваційного потенціалу як об'єкту управління (оскільки не можна управляти тим, суть чого не розкрита або розкрита не повною мірою), при цьому уточненню насамперед підлягають зміст і класифікація інноваційного потенціалу. Досить прозорими і повними в питаннях дослідження інноваційного потенціалу можна вважати висновки Г.І.Жиц [11]. На його думку, під інноваційним потенціалом розуміється кількість економічних ресурсів, які в кожен конкретний момент суспільство може використовувати для свого розвитку. Ці ресурси розподіляються між трьома основними секторами (сегментами, напрямками) макросистеми: науковотехнічним, освітнім, інвестиційним. В результаті цього розподілу формуються: науково-технічний потенціал (сегмент або комплекс), освітній потенціал (сегмент або комплекс), інвестиційний потенціал (сегмент або комплекс). Сукупність названих сегментів складає інформаційну базу інноваційного потенціалу макросистеми. При цьому підході доцільно вважати інноваційним потенціалом не всю кількість ресурсів, які суспільство передбачає використовувати для свого перспективного розвитку, а тільки ту їх частину, яка може бути використана для збільшення об'ємів або поліпшення якості кінцевого вжитку. При цьому слід мати на увазі, що динаміка кількісних і якісних показників вжитку повинна здійснюватися на

користь споживачів, а не виробників. Слід зазначити, що існують значні проблеми, пов'язані з розділенням кінцевого споживання на індивідуальне (приватне) і колективне (суспільне), але в даному випадку важливішою є необхідність дотримання раціональних пропорцій між кінцевим і проміжним вжитком. Науково-технічний сегмент інноваційного потенціалу забезпечує появу нового. Освітній сегмент робить можливим дифузії нового і його продуктивне використання. Інвестиційний сектор перетворює нове безпосередньо в інновацію. Таким чином, величина інноваційного потенціалу розраховується як сукупний підсумковий результат роботи трьох наступних сегментів інноваційного потенціалу: наука – освіта – інвестиції. Проте ця сума не гарантує здобуття необхідного результату методом прямого додавання, а визначається як середній результат їх взаємного впливу. У виявленні суті інноваційного потенціалу не менш цікавий підхід С.І.Кравченко і І.С.Кладченко [12]. За їхньою думкою, поглиблений аналіз суті і змісту категорії «інноваційний потенціал» доцільно здійснювати, спираючись на змістовні категорії – «потенціал» і «інновація». Так, поняття «потенціал» походить від латинського слова «*potentia*», яке означає силу, потужність, можливість, здатність, що існує в прихованому вигляді і здатну виявитися при певних умовах. У певному сенсі – це міра можливого прояву якої-небудь дії, якої-небудь функції. Інколи під «потенційною енергією» мають на увазі будь-яку енергію, яка міститься в системі в прихованому вигляді. У ширшому сенсі потенціал – це сукупність чинників, що є в наявності, і які можуть бути використані та приведені в дію для досягнення певної мети, результату. Таким чином, поза прив'язкою до конкретної сфери, потенціал можна розглядати як здатність матерії переходити від можливості до реальності, від одного стану в інше (наприклад, від старого до нового) [13]. При цьому потенціал – це міра єдності досягнутого, яке може бути використане з певною метою, і можливого, тобто досяжного при певних умовах. Сучасні українські автори визначають інноваційний потенціал «як сукупність елементів, які необхідні для вирішення певних виробничих проблем, і готовність суб'єкта господарювання до їх вирішення. Розрізняють інноваційний потенціал економічно-господарської системи, галузі, регіону та окремого підприємства. Інноваційний

потенціал окремого підприємства залежить від його виду діяльності, інноваційної можливості, здатності та сприйнятливості до впровадження інновацій та його інноваційної активності» [13].

Незважаючи на достатність уваги до теоретичних та практичних питань інноваційного потенціалу [14-29] існуюча інформація не містить системного характеру, має дискретний та неоднозначний характер. Найчастіше інноваційний потенціал ототожнюють з науково-технічним потенціалом. У визначенні інноваційного потенціалу розкривається одна або кілька суттєвих характеристик даного явища.

Формування цілей статті. Невирішені питання теоретичних досліджень обумовлюють необхідність проведення додаткового дослідження інноваційного потенціалу як об'єкту управління, оскільки неможливо управляти тим, сутність чого не розкрита або розкрита не у повному обсязі.

Виклад основного матеріалу. Категорію «інноваційний потенціал» можна трактувати як здібність системи до трансформації фактичного порядку речей в новий стан з ціллю задоволення існуючих або нових потреб (суб'єкта новатора, споживача, ринку і тому подібне). Ефективне використання інноваційного потенціалу робить можливим перехід від прихованої можливості до явної реальності, тобто з одного стану в інше, від традиційного до нового. Потенціал – це не просто показник, який характеризує стан об'єкту (системи), а категорія, яка одночасно відображує сутність методологічних основ безлічі реальних процесів і явищ. Саме такий підхід дає можливість адекватно відображати не лише ту або іншу ситуацію, ті або інші стосунки, але і процеси, тенденції їх розвитку і, таким чином, ефективність функціонування економічної системи в цілому. Інноваційний потенціал – це економічна категорія, яка характеризує здібності системи до зміни, поліпшення, прогресу.

Для позначення цілей і задач оцінки ми виходили з власного визначення поняття складу інноваційного потенціалу підприємства, тому що серед учених немає єдиної точки зору щодо сутності поняття інноваційний потенціал. На наш погляд, інноваційний потенціал – це сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність при

постійному удосконаленні системи управління нею з урахуванням факторів нестабільності ринкового середовища. Інноваційний потенціал підприємства залежить від ряду факторів, що визначають його формування, розвиток і рівень використання. На процес формування інноваційного потенціалу впливають в основному такі фактори, як: стан інноваційного клімату регіону діяльності підприємства; особливості інноваційної діяльності підприємства; розвиненість і гнучкість оргструктури управління інноваційною діяльністю, системи мотивації; оптимізація комплексу маркетингу. Рівень використання інноваційного потенціалу, у свою чергу, залежить від якості прийнятих інноваційних і інвестиційних рішень на кожному етапі інноваційного процесу, а також від ступеня інформаційної забезпеченості цього процесу. З огляду на усе вищесказане, необхідно відзначити, що оцінка інноваційного потенціалу туристичного підприємства повинна бути спрямована на виявлення і вивчення факторів, що впливають на його формування, розвиток і реалізацію з метою визначення ступеня використання інноваційних можливостей підприємства і на цій основі зробити висновок про рівень інноваційної активності підприємства.

Структура інноваційного потенціалу може бути представлена єдністю трьох його складових, які співіснують взаємно, передбачають і обумовлюють один одного і виявляються при використанні як його триєдина сутність: - ресурсною; - внутрішньою; - результативною. Ресурсна складова інноваційного потенціалу є свого роду «плагдармом» для його формування. Вона включає наступні основні компоненти, що мають різне функціональне призначення: матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські і інші види ресурсів. Ресурсна складова має базовий характер, тому буде доречним розглянути кожний її елемент окремо:

1. *Матеріально-технічні ресурси*, які є речовою основою, визначають техніко-технологічну базу потенціалу туристичного підприємства, яка згодом впливатиме на масштаби і темпи інноваційної діяльності. У свою чергу саме вони формуються в галузях, що виготовляють засоби виробництва, які шляхом вживання нових технологій закладають в них потенційні можливості, що реалізуються або не реалізуються згодом.

2. *Інформаційний ресурс* туристичного підприємства, наступна компонента ресурсної складової, – це такі її активні форми як бази знань, моделі, алгоритми, програми, проекти і так далі. Подібно до ферменту переводить матеріальні чинники з латентного стану в активний. Даний вигляд ресурсів, на відміну від інших, практично невичерпний. З розвитком суспільства і активізацією використання знань запаси інформаційного ресурсу не зменшуються, а навпроти, збільшуються. При цьому цей вид ресурсів не самостійний і сам по собі має лише потенційне значення, лише об'єднавшись з іншими ресурсами – досвідом, працею, кваліфікацією, технікою, технологією, енергією, сировиною, він з'являється у «кінетиці» як рухова сила інноваційного потенціалу.

3. *Фінансові ресурси* туристичного підприємства входять до складу ресурсної складової інноваційного потенціалу як органічна єдність готівкових ресурсів і невикористаних можливостей їх альтернативного вкладення. Таким чином, вони характеризуються сукупністю джерел і запасів фінансових можливостей, які є у наявності і можуть бути використані для реалізації конкретних цілей і завдань. При цьому об'єм фінансових ресурсів відображає фінансову потужність, здатність системи брати участь у створенні матеріальних благ і надання послуг. Фінансові ресурси, окрім функції забезпечення, виконують і страхову функцію, безпосереднім чином дублюючи, а також вимірюючи у грошових одиницях матеріально-технічні, інформаційні, людські та інші ресурси, що входять до складу інноваційного потенціалу. Таким чином, значення цього ресурсу неоднозначне. З одного боку, через свою обмеженість він змушує шукати більш економічний варіант, виходити з того, що є, інтенсифікувати використання наявних чинників, тобто приводить в рух всю систему. З іншої – його лімітований характер може загальмувати або погасити формування і реалізацію самого інноваційного потенціалу. Проте, одне залишається безперечним – цей вигляд ресурсів безпосереднім чином (якісно і кількісно) впливає на інноваційний потенціал туристичного підприємства.

4. *Людський ресурс* (капітал, чинник) туристичного підприємства є наступною компонентною ресурсної складової інноваційного потенціалу, який не просто виконує забезпечуючу функцію, як всі

попередні, а виступає головною креативною силою, оскільки все народжується саме в головах людей. Це сукупність проінвестованих суспільно доцільних виробничих і загальнолюдських вмінь, знань, здібностей, якими володіє людина, які їй належать, невіддільні від неї і практично використовуються у повсякденному житті. Важливим є те, що вказана компонента має безпосередній вплив не лише на ресурсну складову інноваційного потенціалу, але і на внутрішню і особливо результативну.

Другою складовою інноваційного потенціалу туристичного підприємства є внутрішня складова – так званий «важіль», який забезпечує дієздатність і ефективність функціонування всіх попередніх елементів. В цілому, вказана складова характеризує можливість цілеспрямованого здійснення інноваційної діяльності, тобто визначає здатність системи на принципах комерційної результативності залучати ресурси для ініціації, створення і поширення різного роду новин. Таким чином, внутрішню складову можна охарактеризувати через процеси створення і впровадження нового продукту, забезпечення взаємозв'язку новатора як з наукою, що надає прогресивні ідеї, так і з ринком, споживаючим готовий продукт, а також методи і способи управління інноваційним процесом.

Вказана складова є досить складною і важливою, і тому для детального її аналізу окремі автори пропонують використовувати структурно-інституційний і функціональний підходи. При цьому структурно-інституційний підхід виокремлює структуру інноваційної діяльності з точки зору системи інституційних суб'єктів, що її здійснюють, а також економічні зв'язки із зовнішніми для неї сферами – наукою і виробництвом. Функціональний підхід виявляє тимчасові закономірності інноваційного процесу – виробництво інноваційного продукту, його обмін, розподіл, вжиток і відновлення циклу інноваційного процесу, за яке і відповідає внутрішня складова інноваційного потенціалу. Третьою складовою інноваційного потенціалу є результативна складова, яка виступає віддзеркаленням кінцевого результату реалізації наявних можливостей у вигляді нового продукту, отриманого в ході здійснення інноваційного процесу. Таким чином, вона – свого роду цільова характеристика інноваційного потенціалу туристичного підприємства. Важливість цієї складової і доцільність

відособленого виділення підтверджується тим, що її збільшення, у свою чергу, сприяє розвитку останніх складових (наприклад, ресурсної). Іншими словами, результативна складова є результатом кількісної і якісної зміни, несе в собі потенційні можливості виводу на новий рівень функціонування як інноваційного потенціалу, так і системи в цілому. Тісний взаємозв'язок ресурсної, внутрішньої і результативної складових інноваційного потенціалу визначає необхідність виявлення на практиці їх оптимального співвідношення, виходячи з ролі і значущості, яку вони грають у формуванні і розвитку потенціалу. Так, наприклад, незначна питома вага ресурсної складової, як правило, обумовлена більшим значенням якісних змін, чим кількісними. При цьому обмеженість необхідних ресурсів часом і простором може бути повністю або частково подолана інтенсифікацією їх використання, вживанням нових методів організації процесу, пошуком нових джерел їх залучення. Існує певна межа відхилення величини складових інноваційного потенціалу від оптимального рівня. Тобто подальша зміна якого-небудь елементу спричиняє за собою або зниження віддачі від нього самого, або зменшення ефективності функціонування останніх елементів, оскільки всі вони існують в системній єдності. Охарактеризувати досліджуваний об'єкт можна шляхом виділення різних його видів за допомогою класифікації. Проте відносно інноваційного потенціалу туристичного підприємства слід зазначити, що неоднозначність і складність даної категорії ускладнює виділення незалежних його видів і, таким чином, робить неможливим формування чіткої єдиної класифікації. Необхідно відзначити, що повне перерахування всіх можливих видів інноваційного потенціалу у вигляді класифікації, найбільшою мірою співпадаючого з реальністю і поставленим завданням, неможливе. Кожен регіон або підприємство само (у залежності від призначення і умов функціонування) має право формувати власну класифікацію, найбільшою мірою близьку до реальності та поставлених завдань.

Інноваційний потенціал у світовій практиці управління оцінюється показником "ТАТ", під яким розуміють час з моменту усвідомлення потреби або попиту на новий продукт до моменту його відвантаження на ринки у значних кількостях. Однак в сучасних умовах

з метою розробки ефективного механізму управління інноваційним потенціалом доцільно використовувати систему показників, які більш детально і всебічно характеризують стан і рівень використання інноваційного потенціалу підприємства. Слід відзначити, що в ході проведення діагностики інноваційного потенціалу підприємства виникає ряд проблем.

Основна проблема пов'язана з недостатністю необхідної аналітичної інформації. Існування цієї проблеми викликано відсутністю діючого механізму статистичного обліку інноваційної діяльності підприємств різних галузей. Так на сьогодні тільки для промислових підприємств передбачається звіт з форм: №1-інновація "Обстеження технологічних інновацій промислового підприємства" та №2- інновація "Інноваційна активність підприємств". Але цього недостатньо для ретельного аналізу. Для торгових підприємств зовсім не передбачається ніякої статистичної звітності з інноваційної діяльності, що ускладнює проведення аналітичного обстеження цього напрямку діяльності торгових підприємств. Слід відмітити, що на більшості досліджуваних туристичних підприємств в управлінському і фінансовому обліку не виділяються дані з інноваційної діяльності, що також ускладнює діагностику інноваційного потенціалу.

Друга проблема пов'язана безпосередньо з оцінкою інноваційного потенціалу. Слід зазначити, що подібний аналіз досить складний і трудомісткий. Складність розглянутої проблеми полягає в тому, що оцінку окремих елементів інноваційного потенціалу неможливо здійснити кількісно і в цьому випадку застосовується метод експертних оцінок, який базується на суб'єктивних думках експертів і не супроводжується традиційними розрахунками. Оцінку інноваційного потенціалу підприємства доцільно здійснювати в наступній послідовності:

- аналіз структури інноваційного потенціалу;
- виявлення ступеня використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства;
- оцінка рівня інноваційної активності підприємства.

На наш погляд інноваційний потенціал варто розглядати з погляду комплексного та системного підходів.

З позицій системного підходу інноваційний потенціал є невід'ємною частиною сукупного потенціалу туристичного підприємства й у

свою чергу являє собою цілісну динамічну соціально-економічну систему.

З позицій комплексного підходу інноваційний потенціал являє собою комплексну структуру, що складається із сукупності взаємодіючих елементів різного ступеня складності й організації.

Перший етап оцінки інноваційного потенціалу - аналіз структури інноваційного потенціалу - припускає вивчення стану кожного його елемента на основі методу експертних оцінок. Бальна оцінка використання туристичним підприємством потенціалу кожного з елементів інноваційного потенціалу здійснювалася з використанням розробленої шкали:

«0» балів – зовсім не використовується потенціал елемента;

«1» бал – низький рівень використання потенціалу елемента;

«2» бали – середній рівень використання потенціалу елемента;

«3» бали – високий рівень використання потенціалу елемента.

Чим вище рівень використання складових елементів інноваційного потенціалу, тим більше у підприємства конкурентних переваг для здійснення ефективної інноваційної діяльності. У табл. 1 пропонується процедура оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства.

Заключний етап оцінки інноваційного потенціалу передбачає визначення рівня інноваційної активності підприємства за допомогою узагальнюючого показника - коефіцієнту інноваційної активності підприємства, розрахунок якого здійснюється за наступною методикою:

$$P_{\text{ін.акт.}} = (P_i * W_i),$$

де: $P_{\text{ін.акт.}}$ – рівень інноваційної активності підприємства; P_i – експертна оцінка використання i -го елемента інноваційного потенціалу, бали; W_i – коефіцієнт вагомості i -го елемента інноваційного потенціалу.

Оцінку рівня інноваційної активності підприємства доцільно здійснювати за наступною шкалою:

від 0 до 4,0 – низький рівень;

від 4,1 – до 8,0 – середній рівень;

від 8,1 до 11,55 – високий рівень.

Результати оцінки стану елементів інноваційного потенціалу туристичного підприємства повинні лягти в основу розробки

комплексу заходів, спрямованих на підвищення інноваційної активності підприємства.

Висновки. Теорія інноваційного потенціалу як основи інноваційної діяльності туристичного підприємства не має на цей час системного характеру та чіткої структури. Досі не існує остаточного визначення «інноваційного потенціалу», який міг би бути

прийнятий за основу. Склад цього базового поняття також має різні авторські тлумачення та спірний характер. У представленому дослідженні запропоновано визначення «інноваційного потенціалу», як загальної економічної категорії, надана його структурна характеристика.

Таблиця 1 - Експертна оцінка стану елементів інноваційного потенціалу туристичного підприємства

Складові	Параметри
1. Виробничі можливості	1.1. Ступень використання виробничої потужності промислового підприємства 1.2. Рівень прогресивності застосовуваних технологій 1.3. Ступень гнучкості виробництва промислового підприємства
2. Кадрові можливості	2.1. Рівень кваліфікації персоналу 2.2. Ступень готовності персоналу до змін на промисловому підприємстві 2.3. Розвиненість системи мотивації персоналу 2.4. Ступень творчої ініціативності персоналу
3. Науково-технічні можливості	3.1. Рівень витрат на наукові розробки в собівартості товарної продукції 3.2. Рівень витрат на використання науково-технічних досягнень в собівартості товарної продукції 3.3. Рівень використання розробок 3.4. Частка персоналу, яка займається науковими розробками у загальній чисельності персоналу
4. Маркетингові можливості	4.1. Рациональність використання каналів розподілу товарів 4.2. Гнучкість цінової політики 4.3. Рівень використання реклами 4.4. Ефективність системи збут
5. Організаційні можливості	5.1. Ступень інноваційної спрямованості організаційної структури 5.2. Рівень відповідності організаційної культури інноваційному розвитку підприємства 5.3. Рівень компетенції керівників 5.4. Розвиненість системи інформаційного забезпечення
6. Фінансові можливості	6.1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності 6.2. Коефіцієнт швидкої ліквідності 6.3. Коефіцієнт загальної ліквідності 6.4. Фінансова стійкість підприємства

Окремо розглянуті елементи ресурсної складової інноваційного потенціалу. Теоретичні та методологічні положення інноваційного потенціалу потребують подальшого дослідження та поглибленого вивчення матеріалу попередніх досліджень. Метою подальшої роботи має стати розробка методологічної концепції інноваційного потенціалу як основи управління інноваційною діяльністю туристичного підприємства.

Список літератури

1. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХП" (економічні науки): зб.

наук. пр. – Харків : НТУ "ХП", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.

2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХП" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХП", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.

3. Бизнес: Оксфордский толковый словарь. Англо-усский. – М.: Прогрессакадемия, РГГУ, 1995. – 734с.

4. Ромашова И. Инновационный потенциал предприятия. – Режим доступа: // <http://www.birzhaplus.ru/print.php?9566>.

5. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски,

стратегия, безопасность.- М.: Экономика, 2007. – 286с.

6. Хомяков В.І. Формування конкурентоспроможності підприємницького потенціалу підприємства (теоретичні аспекти) // Прометей.- Вип.1(19). – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2006. – С.163-166.

7. Данько, М. Инновационный потенциал в промышленности Украины // Экономист. – 1999. – № 10. – С. 26 – 32.

8. Николаев, А.И. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука и наукознание. – 2011. – № 2. – С. 54– 65.

9. Рынок: Бизнес. Коммерция. Экономика : толковый терминологический словарь.- М.: Маркетинг, 1998.- 131с.

10. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. – М. : Экзамен, 2011. – С. 111.

11. Жиц Г.И. Инновационный потенциал.- Саратов : Сарат. гос. техн. ун-т, 2009.- 235 с.

12. Кравченко С.И. Исследование сущности инновационного потенциала // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия

экономическая. – Донецк : ДонНТУ, 2003. – Вып. 68. – С. 88 – 96.

13. Каюда О.П., Колесніченко В.Ф. Інноваційна діяльність: від оцінки привабливості до інвестиційного забезпечення. Монографія. Харків: ХНЕУ, 2009. – 276 с.

14. Kosenko A.P., Kobieliava T.A., Tkachev M.M. & Tkacheva N.P. Financial and technological leverage in the system of economic evaluation of innovative technologies. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. - 2017. - Вип. 2. - С. 405-413. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i23.121920>

15. Kocziszky G., Szakaly D. & Veres Somosi M. (2012) Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI».- 2012.- 668 p. Access mode: D:/041D043E04320430044F%20043F0430043F043A0430/Book_2012_Pererva_Technology_transfer%20(2).pdf

16. Kosenko A.V., Tkachev M.M. & Kobieliava V.M. Innovative compliance of technology to combat corruption. Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement.- 2018.- P.285-295.- Access mode: <https://www.docdroid.net /K1VmNip/book-final-22726769.pdf>

17. Kobieliava T.A., Tkachev M.M. & Tkacheva N.P. Determination of marketing characteristics of

market capacity for electrical automation. Менеджмент і маркетинг інновацій.- № 3.- 2017.- P. 79-86.- DOI:

<http://doi.org/10.21272/mmi.2017.3-08>

18. Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliav, Andrii Kosenko Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises. Problems and Perspectives in Management. Volume 16, Issue №1.- 2018.- pp. 124-132. DOI:

[http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)

19. Tkachev M.M., Kosenko A.P., Kobieliava T.A. & Tkacheva N.P. Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation. Менеджмент і маркетинг інновацій.- № 4.- 2017.- p. 67-74. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.4-06>

20. Oleg Besprozvannykh, Viktoriia Tiutlikova, Viktoriia Kovalova, Olga Kudina, Oleksandr Dorokhov. Improvement of the Method for Selecting Innovation Projects on the Platform of Innovative Supermarket. TEM Journal.- № 8(2).- 2019.- p.454-461.- DOI: 10.18421/TEM82-19

21. Pererva Petro, Nagy Szabolcs & Maslak Maria Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- № 5.- 2018.- [Published online].- Access mode: [https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-](https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf)

[18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf](https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf)

22. Tetiana Kobieliava, György Kocziszky, Mariann Veres Somosi Compliance-Technologies in Marketing // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- №5.- 2018.- [Published online].- Access mode: [https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/compliance-](https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/compliance-technologies_in_marketing.pdf)

[technologies_in_marketing.pdf](https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/compliance-technologies_in_marketing.pdf)

23. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // Науковий вісник Полісся.. – № 2 (10). Ч. 2. – 2017. – С. 144-149.- Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2017_2%282%29__24

24. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся.. – № 4 (8), ч. 2. – 2016.- С. 240-246].- Access mode: <http://nvp.stu.cn.ua/news/item/601-pererva-p-g->

tkachev-m-m-kobieliava-t-o-evaluation-of-holder-profits-violation-of-their-exclusive-rights.html)

25. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P., Kobieliava T.O. Monitoring the commercial potential of intellectual property // Науковий вісник Полісся.. № 1 (9), ч. 2. – 2017. – С. 140-145.- Access mode:

<http://nvp.stu.cn.ua/uk/component/k2/item/674-kosenko-o-p-kobieliava-t-o-tkachova-n-p-monitoring-the-commercial-potential-of-intellectual-property.html>

26. Kosenko O.P., Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Determination of lost profits of right holders against counterfeit goods // Менеджмент і маркетинг інновацій.- 2017.- №1.- С.242-252.- Access mode: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_1_242_252.pdf

27. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Науковий вісник Полісся.. – 2017. – № 3 (11). Ч. 2. С. 43-50.- Access mode: <file:///D:/041D043E04320430044F%20043F0430043F043A0430/116578-246991-1-SM.pdf>

28. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // Науковий вісник Полісся. – № 4 (12). Ч. 2. – 2017.- С. 106-111.- Access mode: <file:///D:/041D043E04320430044F%20043F0430043F043A0430/126131-269106-1-SM.pdf>

29. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019.- 689 p.

References

1. Pererva P.G. (2018) Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of the organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism and hospitality industry] // Visnyk NTU "KHPI" (ekonomichni nauky): zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI". – № 48. – S. 121-127.
2. Pererva P.G. (2018) Formuvannya upravlinskoyi, marketynhovoyi ta innovatsiynoyi polityka na pidpryyemstvakh turystychnoyi industriyi [Formation of management, marketing

and innovation policy at the enterprises of the tourist industry] // Visnyk NTU "KHPI" (ekonomichni nauky): zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI". – № 47 (1323). – S. 114-120.

3. Romashova Y. Ynnovatsyonnyy potentsyal predpryyatyya [Innovative potential of the enterprise]. – Access mode: <http://www.birzhaplus.ru/print.php?9566>.

4. Byznys: Oksfordskyy tolkovyy slovar. Anhlo-usskyy (1995) [Business: Oxford Interpretive Dictionary. Anglo-Native] – M.: Prohressakademya, RHHU. – 734 s.

5. Kleyner H.B. (2007) Predpryyatye v nestabylnoy ekonomycheskoj srede: rysky, stratehiya, bezopasnost [Enterprise in an unstable economic environment: risks, strategy, security]. – M.: Ékonomyka. – 286s.

6. Khomyakov V.I. (2006) Formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemnytskoho potentsialu pidpryyemstva (teoretychni aspekty) [Formation of competitiveness of entrepreneurial potential of the enterprise (theoretical aspects)] // Prometey, 1(19). – Donetsk: TOV «Yuho-Vostok, LTD», 2006. – S.163-166.

7. Danko M. (2009) Ynnovatsyonnyy potentsyal v promyshlennosti Ukrainy [Innovative potential in the Ukrainian industry] // Ekonomyst. – № 10. – S. 26 – 32.

8. Nykolaev A.Y. (2011) Ynnovatsyonnoe razvytye y ynnovatsyonnaya kultura [Innovative development and innovative culture] // Nauka y naukoznanye. – № 2. – S. 54– 65.

9. Rynok: Byznys. Kommertsyya. Ekonomyka: tolkovyy termynolohychesky slovar (1998) [Market: Business. Commerce. Economics: An Interpretive Glossary]. – M. : Marketynh. – S. 131.

10. Kokurn D.Y. (2011) Ynnovatsyonnaya deyatel'nost [Innovative activity]. – M. : Ekzamen. – S. 111.

11. Zhyts H.Y. (2009) Ynnovatsyonnyy potentsyal [Innovative potential]. – Saratov, 1999.- 235s.

12. Kravchenko S.Y. (2003) Yssledovanye sushchnosti ynnovatsyonnoho potentsyala [Investigation of the essence of innovation potential] // Nauchnye trudy Donetskoho natsionalnoho tekhnicheskoho unyversyteta. Seryya ékonomycheskaya. – Donetsk : DonNTU, 68. – S. 88 – 96.

13. Kayuda O.P., Kolesnichenko V.F. (2009) Innovatsiyna diyalnist: vid otsinky pryvablyvosti do investytsiynoho zabezpechennya [Innovation:

from attractiveness assessment to investment support]. Monohrafiya. Kharkiv: KHNEU, 2009. – 276 s.

14. Kosenko A.P., Kobieliava T.A., Tkachev M.M. & Tkacheva N.P. (2017) Financial and technological leverage in the system of economic evaluation of innovative technologies. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice, 405-413. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i23.121920>

15. Kocziszky G., Szakaly D. & Veres Somosi M. (2012) Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p. Access mode: D:/041D043E04320430044F%20043F0430043F043A0430/Book_2012_Pererva_Technology_transfer%20(2).pdf

16. Kosenko A.V., Tkachev M.M. & Kobieliav V.M. (2018). Innovative compliance of technology to combat corruption. Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement, P.285-295. Access mode: <https://www.docdroid.net/K1VmNip/book-final-22726769.pdf>

17. Kobieliava T.A., Tkachev M.M. & Tkacheva N.P. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. Marketing and Management of Innovations, 3, 79-86. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.3-08>

18. Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliav, Andrii Kosenko Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskiy (2018) Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises. Problems and Perspectives in Management. Volume 16, Issue №1.- 2018.- pp. 124-132. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)

19. Tkachev M.M., Kosenko A.P., Kobieliava T.A. & Tkacheva N.P. (2017). Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation. Marketing and Management of Innovations, 4, 67-74. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.4-06>

20. Oleg Besprozvannykh, Viktoriia Tiutlikova, Viktoriia Kovalova, Olga Kudina, Oleksandr Dorokhov (2019). Improvement of the Method for Selecting Innovation Projects on the Platform of Innovative Supermarket. TEM Journal, 8(2), 454-461.- DOI: 10.18421/TEM82-19

21. Nagy Szabolcs & Maslak Maria (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // MIND JOURNAL // Wyższa

Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- № 5.- 2018.- [Published online].- Access mode: <https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09->

18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf

22. Tetiana Kobieliava, György Kocziszky, Mariann Veres Somosi (2018) Compliance-Technologies in Marketing // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- №5.- 2018.- [Published online].- Access mode: [https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-](https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/compliance-technologies_in_marketing.pdf)

18/compliance-technologies_in_marketing.pdf

23. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. (2017) Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle / // Scientific bulletin of Polissia. – № 2 (10). - Part 2. – C. 144-149.- Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2017_2%282%29__24

24. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Scientific bulletin of Polissia. – № 4 (8), part 2. – p. 240-246].- Access mode: <http://nvp.stu.cn.ua/news/item/601-pererva-p-g-tkachev-m-m-kobieliava-t-o-evaluation-of-holder-profits-violation-of-their-exclusive-rights.html>

25. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P., Kobieliava T.O. (2017) Monitoring the commercial potential of intellectual property / // Scientific bulletin of Polissia.- № 1 (9), part 2. –p. 140-145.- Access mode: <http://nvp.stu.cn.ua/uk/component/k2/item/674-kosenko-o-p-kobieliava-t-o-tkachova-n-p-monitoring-the-commercial-potential-of-intellectual-property.html>

26. Kosenko O.P., Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. (2017) Determination of lost profits of right holders against counterfeit goods // Marketing and Management of Innovations.- 2017.- №1.- C.242-252.- Access mode: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_1_242_252.pdf

27. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. (2017) The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. – № 3 (11). Part 2. C. 43-50.- Access mode:file:///D:/041D043E04320430044F%20043F0430043F043A0430/116578-246991-1-SM.pdf

28. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. (2017) Forecasting industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. – № 4 (12). Part 2.– С. 106-111.- Access mode: file:///D:/041D043E04320430044F%20043F0430043F043A0430/126131-269106-1-SM.pdf

29. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. (2019) Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt». – 689 p.

Надійшла до редакції 20.09.2019р.

Перерва Петро Григорович - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

E-mail: pgpererva@gmail.com

Матросова Вікторія Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент

«Харківський політехнічний інститут»

E-mail: vm4323@gmail.com

Косенко Андрій Васильович, кандидат економічних наук, доцент

«Харківський політехнічний інститут»

E-mail: avakos74@gmail.com

Проскурня Олена Михайлівна, кандидат технічних наук, доцент

«Харківський політехнічний інститут»

E-mail: proskurniaolena@gmail.com

Кармінська-Бєлоброва Марина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент

«Харківський політехнічний інститут»

E-mail: masha_kb@ukr.net

СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель работы заключается в уточнении понятия «инновация» и обосновании составляющих инновационного потенциала промышленного предприятия.

Объектом исследования являются процессы инновационной деятельности промышленных предприятий.

Методы исследования. Для достижения поставленной цели были выполнены аналитические исследования с использованием методов сравнения, статистического анализа и функционального анализа.

Результаты. В представленном исследовании предложено определение «инновационного потенциала», как общей категории, представлена его структурная характеристика. Отдельно рассмотрены составляющие инновационного потенциала туристического предприятия и исследован механизм их взаимодействия. Особое внимание уделено ресурсной составляющей инновационного потенциала, которая является своего рода «плацдармом» для его формирования. Определено, что теоретические и методологические положения инновационного потенциала требуют дальнейшего исследования и углубленного изучения материала предыдущих исследований. Предложен алгоритм оценки инновационного потенциала предприятия, который включает в себя три основных компонента: анализ структуры инновационного потенциала; выявление степени использования внутренних инновационных возможностей предприятия; оценка уровня инновационной активности предприятия.

Научная новизна. Предложено определение «инновационного потенциала» как общей категории, представлена его структурная характеристика. Сформирована парадигма определения уровня инновационного потенциала туристического предприятия на основе взаимодействия комплексного и системного подходов. С позиций системного подхода инновационный потенциал является неотъемлемой частью совокупного потенциала туристического предприятия и представляет собой целостную динамическую социально-экономическую систему. С позиций комплексного подхода инновационный потенциал представляет собой комплексную структуру, состоящую из совокупности взаимодействующих элементов различной степени сложности и организации.

Практическая значимость. Результаты оценки состояния элементов инновационного потенциала туристического предприятия лягут в основу разработки комплекса мер, направленных на повышение уровня инновационной активности предприятия и повышения эффективности производственно-коммерческой деятельности туристического предприятия.

Ключевые слова: инновационный потенциал, оценка, системный подход, ресурсная составляющая, экспертные оценки, туристические предприятия.

Перерва Петр Григорьевич - доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента инновационного предпринимательства и международных экономических отношений

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

E-mail: pgpererva@gmail.com

Матросова Виктория Александровна - кандидат экономических наук, доцент

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

E-mail: vm4323@gmail.com

Косенко Андрей Васильевич - кандидат экономических наук, доцент

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

E-mail: avakos74@gmail.com

Проскурня Елена Михайловна - кандидат технических наук, доцент

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

E-mail: proskurniaolena@gmail.com

Карминска-Белоброва Марина Владимировна - кандидат экономических наук, доцент

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

E-mail: masha_kb@ukr.net

STRUCTURAL ELEMENTS OF THE INNOVATION POTENTIAL OF THE TOURIST ENTERPRISE

The purpose of the work is to clarify the concept of "innovation" and justify the components of innovation potential of industrial enterprises.

The object of research is the processes of innovation activity of industrial enterprises.

Research methods. To achieve this goal, analytical studies were performed using methods of comparison, statistical analysis and functional analysis.

Results. In the presented study the definition of "innovation potential" as a general economic category is proposed, its structural characteristic is given. The components of the innovative potential of the tourism enterprise are examined separately and the mechanism of their interaction is investigated. Particular attention is paid to the resource component of innovation potential, which is a kind of "springboard" for its formation. It is determined that theoretical and methodological provisions of innovative potential require further research and in-depth study of the material of previous research. The algorithm of estimation of innovative potential of the enterprise is offered which includes three main components: analysis of structure of innovative potential; identification of the degree of utilization of internal innovative capabilities of the enterprise; assessment of the level of innovation activity of the enterprise.

Scientific novelty. The definition of "innovation potential" as a general economic category is proposed, its structural characteristics are given. The paradigm of determining the level of innovation potential of the tourism enterprise based on the interaction of complex and systematic approaches has been formed. From the point of view of the systematic approach, the innovation potential is an integral part of the aggregate potential of the tourism enterprise and is an integral dynamic socio-economic system. From the standpoint of an integrated approach, innovation potential is a complex structure consisting of a set of interacting elements of varying degrees of complexity and organization.

Practical importance. The results of the evaluation of the state of elements of the innovative potential of the tourism enterprise will be the basis for the development of a set of measures aimed at increasing the level of innovation activity of the enterprise and improving the efficiency of production and commercial activity of the tourism enterprise.

Keywords: *innovation potential, evaluation, systematic approach, resource component, expert evaluation, tourism enterprises*

Pererva Petro - Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management of Innovative Entrepreneurship and International Economic Relations of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Email: pgpererva@gmail.com

Matrosova Victoria - Associate Professor

«Kharkiv Polytechnic Institute»

E-mail: vm4323@gmail.com

Andrey Kosenko - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

«Kharkiv Polytechnic Institute»

E-mail: avakos74@gmail.com

Proskurna Elena - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

«Kharkiv Polytechnic Institute»

E-mail: proskurniaolena@gmail.com

Karminska-Belobrova Marina - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

«Kharkiv Polytechnic Institute»

E-mail: masha_kb@ukr.net