

УДК 338.48(035)

ЦИБУЛЬСЬКИЙ В.О., к. е. н.
м. Житомир

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

***Анотація.** В статті визначено та охарактеризовано стадії оцінки інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Наведено інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу туристичного підприємства відносно реалізації виробничого інноваційного проекту.*

***Ключові слова:** інноваційний потенціал, активи підприємства, науково-технічний потенціал, ефективність.*

***Анотация.** В статье определены и охарактеризованы стадии оценки инновационного потенциала туристических предприятий. Приведен интегральный показатель уровня инновационного потенциала туристического предприятия относительно реализации производственного инновационного проекта.*

***Ключевые слова:** инновационный потенциал, активы предприятия, научно-технический потенциал, эффективность.*

***Abstract.** In the article certainly and the stages of estimation of innovative potential of tourist enterprises are described. An integral index over of level of innovative potential of tourist enterprise is brought in relation to realization of productive innovative project.*

***Key words:** innovative potential, assets of enterprise, scientific and technical potential, efficiency.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. На даному етапі розвитку економічна наука намагається виявити внутрішні рушійні сили економіки, чинники та резерви значного якісного росту, вивчити світовий

досвід управління, як передумову подальшого швидкого прогресу нашого суспільства. У зв'язку з цим постає завдання – розкрити й оцінити у системі накопичений теоретичний арсенал, визначити шляхи га-

рантованого та найбільш ефективного прискорення економічного розвитку.

У світлі цього завдання доцільно звернутися до такої економічної категорії як інноваційний потенціал підприємства та ефективність його використання, адже на сьогоднішній день далеко не всі вітчизняні суб'єкти господарювання, навіть, за наявності потужного інноваційного потенціалу спроможні ефективно його використовувати.

Не дивлячись на значний науковий доробок, ряд питань стосовно визначення, формування, оцінки та ефективного використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств досі не знайшли свого вирішення та потребують подальшого теоретико-методичного обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість авторів під інноваційним потенціалом розуміють сукупність різних видів ресурсів підприємства, які можуть бути задіяні в процесі здійснення інноваційної діяльності.

Складність визначення інноваційного потенціалу підприємства зумовлюється наявністю різних точок зору з боку вітчизняних та зарубіжних фахівців щодо розуміння зазначеного терміна.

Аналізуючи наукову літературу, можна зробити висновок, що існує безліч підходів до тлумачення поняття інноваційний потенціал, але більшість науковців використовує ресурсний підхід, який розглядає інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, необхідних для здійснення інновацій.

Однак, наявність ресурсів свідчить лише про можливість розробки та впровадження інновацій, а не про ступінь готовності підприємства до інноваційних змін.

Сутність і структуру інноваційного потенціалу на рівні підприємств різних сфер діяльності досліджували вітчизняні та закордонні вчені, зокрема, Д. Андріанов, О. Богма, В. Бочаров, О. Васюхін, В. Геєць, П. Друкер, С. Кочетков, О. Павлова, Й. Петрович, О. Федонін, Л. Прокопишин-Рашкевич, О. Станіславів, Н. Чухрай та ін.

Мета статті. Метою даного наукового дослідження є визначення інноваційного потенціалу туристичного підприємства та ефективність його використання на підприємствах туризму в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відсутність комплексних досліджень проблем формування, оцінки та ефективності використання інноваційного потенціалу туристичного підприємства є однією з основних причин його неефективного використання.

Під інноваційним потенціалом розуміють сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються в процесі здійснення інноваційної діяльності. Він містить усі ресурси, що в змозі забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства з використанням

інновацій, а саме: матеріальні (матеріально-технічні), фінансові, кадрові, інформаційні, організаційні.

Однак, такий ресурсний підхід до визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства є дещо обмежений, тому що наявні в підприємства ресурси є лише факторами, необхідними для здійснення інноваційної діяльності. Безперечно, наявність ресурсів є обов'язковою умовою успішної розробки та реалізації інновацій.

Українські дослідники Л. Мартюшева і В. Калишенко відзначають, що комплексною характеристикою спроможності до інноваційного розвитку є інноваційний потенціал, який вони пропонують визначати як "сукупність організованих в певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть при певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинниках інноваційного середовища бути спрямованими на реалізацію інноваційної діяльності з метою задоволення потреб суспільства" [2]. Деякі дослідники ототожнюють інноваційний потенціал з науково-технічним, розуміючи під цим поняттям "накопичену певну кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції" [1].

Ототожнення понять "інноваційний потенціал" і "науково-технічний потенціал" є помилковим. Безперечно, це споріднені поняття. Проте між ними є істотні відмінності, головна з яких полягає в тому, що, на відміну від науково-технічного, інноваційний потенціал включає не лише здатність створювати науково-технічні нововведення, але і успішно упроваджувати і застосовувати їх у виробництві і реалізації товарів і послуг. Отже, науково-технічний потенціал є хоч і дуже важливою, але лише однією зі складових інноваційного потенціалу, до якого можна віднести ще й такі складові як фінансова, інформаційна, кадрова, маркетингова, виробничо-технологічна, матеріально-технічна, наукова.

Враховуючи специфіку діяльності туристичних підприємств, під інноваційним потенціалом будемо розуміти можливість даних підприємств мобілізувати внутрішні ресурси для впровадження інноваційних змін з метою розширення масштабів діяльності, розробки й реалізації унікальних і конкурентоспроможних туристичних послуг та отримання відповідної економічної вигоди.

Оцінка інноваційного потенціалу підприємств туризму має відбуватися за такими стадіями:

- мобілізація й ефективне використання ресурсів і можливостей для генерування та реалізації інноваційних ідей;
- моніторинг факторів, що гальмують розвиток інноваційного потенціалу;
- аналіз рівня якості інноваційно-маркетингової компетенції персоналу туристичних підприємств;
- синхронізація та координація інноваційних змін підприємств з обслуговування туристів;

$$S_{\text{Inn}(B)} = \frac{k_1 \cdot S_B (k_2 \cdot S_{\text{Фс}} + k_3 \cdot S_0 + k_4 \cdot S_M + k_5 \cdot S_K + k_6 \cdot S_c + k_7 \cdot S_{\text{HT}}) \cdot S_{\text{Уп}}}{1,875 \cdot 10^5}; \quad (3)$$

- розробка системи показників, що характеризують здатність туристичних підприємств до впровадження інновацій;
- визначення конкурентоспроможності та ефективності інноваційних туристичних послуг.

Але, насамперед, для адекватної оцінки поточної ситуації та вибору перспективного вектора інноваційного розвитку на туристичному підприємстві необхідно проведення систематичної та своєчасної оцінки наявного інноваційного потенціалу.

Об'єктивність оцінки рівня ІПП може бути забезпечена лише при правильному виборі системи показників. Проаналізувавши різні джерела, на нашу думку, найбільш доречно загальну оцінку рівня ІПП здійснювати за такими трьома складовими: потенціальною складовою, яка засвідчує рівень загального потенціалу підприємства, тобто представляє собою джерело життєвої сили; інноваційною складовою, яка є похідною від загального потенціалу підприємства та входить до складу кожного елементу; управлінсько-комунікаційною складовою, що відображається в готовності та здатності ефективного управління елементами потенціалу підприємства та інноваційними складовими і враховує зв'язки, які виконують між елементами усередині системи та зв'язки окремих елементів із зовнішнім середовищем, що із закономірною необхідністю визначає інтеграційні якості цієї системи [3].

Проаналізувавши різні джерела з даної проблематики, на нашу думку, модель, за допомогою якої можна визначити комплексно інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу підприємства відносно реалізації виробничого інноваційного проекту (розроблена Родзіловим І. В.) представлено в формулі (1).

$$S_B = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^t (y_j \cdot b_j) \cdot \sum_{i=1}^m (x_i \cdot a_i); \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^7 k_i = 1, \sum_{j=1}^t y_j = 1, \sum_{i=1}^m x_i = 1, k_1 \leq 0,25, \quad (3)$$

де, $S_{\text{Inn}(B)}$ – інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу підприємства відносно реалізації виробничого інноваційного проекту; $S_{\text{Уп}}$ – управлінсько-комунікаційний рівень інноваційного потенціалу підприємства; S_B , S_0 , $S_{\text{Фс}}$, S_M , S_K , S_c , S_{HT} – часткова оцінка рівня відповідного інноваційного потенціалу (виробничого, організаційно-управлінського, фінансово-економічного, маркетингового, кадрового, соціального; науково-технічного потенціалу) з урахуванням інноваційних компонентів; n – кількість експертів; m – кількість інноваційних складових; k_1 , k_2 , k_3 , k_4 , k_5 , k_6 , k_7 – середньоарифметичний показник коефіцієнта вагомості рівня відповідного часткового ІПП; x_1 – коефіцієнт вагомості кожної складової інноваційних компонентів; a_1 – бальні оцінки елементів кожної складової інноваційних компонентів з урахуванням

зовнішніх факторів впливу на них; y_j – коефіцієнт вагомості кожної складової потенціалу підприємства; b_j – бальні оцінки елементів кожної складової потенціалу підприємства з врахуванням зовнішніх факторів впливу; t – кількість потенціальних складових.

Для обґрунтування рівня достатності показника ІПП доцільно використати шкалу бажаності Харрінгтона [4].

Підприємства туризму повинні приділяти більшу увагу вивченню резервів власного інноваційного потенціалу та підходів до управління ним. Успішне управління інноваційним потенціалом необхідно розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств на ринку туристичних послуг.

Інноваційний потенціал управління реалізується шляхом налагодження комунікаційних каналів між керівництвом туристичних підприємств та іншими бізнес-структурами, державними та місцевими органами влади, науковцями, міжнародними транспортно-туристичними організаціями тощо.

Оцінка інноваційного потенціалу туристичних підприємств є особливо актуальною при формуванні туристичних кластерів. Функціонування даних новоутворень дозволить впровадити новітні технології в сфері обслуговування туристів, підвищити якість туристичних послуг, поєднати транспортні, туристичні та інвестиційно-інноваційні процеси.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. У сучасних умовах основним засобом підтримки високих темпів розвитку й досягнення необхідного рівня прибутковості суб'єктами господарювання стає постійне впровадження ними інновацій. Активізація інноваційного розвитку є одним з найголовніших факторів виживання вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах жорстокої конкурентної боротьби. При цьому саме інноваційний потенціал є передумовою успішної реалізації інноваційної складової. Саме тому підприємствам в Україні слід приділяти більшу увагу вивченню питань сутності та складових власного інноваційного потенціалу. До того ж, успішне управління інноваційним потенціалом у сучасних умовах слід розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, а, отже, власне його існування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данько М. Інноваційний потенціал у промисловості України // Економіст. – 1999. – № 10. – с. 26-32.
2. Мартюшева Л., Калишенко В. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 61-66.
3. Новікова І. В. Інноваційний потенціал підприємства: оцінка та фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / І. В. Новікова. – К., 2003. – 22 с.
4. Харрінгтон Дж. Управление качеством в амери-канских корпорациях / Дж. Харрінгтон, сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1990. – 273 с.