

Dzhounz, G. *Torgovyy biznes: kak organizovat i upravliat* [Trading business: how to organize and manage]. Moscow: IN-FRA-M, 1996.

*Ekonomicheskaya strategiya firmy* [The economic strategy of the firm]. St. Petersburg: Spetsialnaia Literatura, 2003.

Gunina, I. A. "Ekonomicheskiy potentsial predpriiatiia: su-shchnost, soderzhanie, struktura" [The economic potential of the enterprise: the nature, content and structure]. *Mashinostroitel*, no. 11 (2004): 24-28.

Kolesnikov, O. O. "Upravlinnia stratehichnym potentsialom pidpriyemstva" [Managing strategic potential of the company]. *Dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.06.01*, 2005.

Kharington, Dzh. *Sovershenstvo upravleniia resursami* [Excellence in management resources]. Moscow: Standarty i kachestvo, 2008.

Levi, M., and Veytts, A. B. *Osnovy roznichnoy torgovki* [Basics of retail traders]. St. Petersburg: Piter, 1999.

Makovoz, O. S. "Ekonomichnyi potentsial torhovelnoho pidpriyemstva" [The economic potential of commercial enterprise]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vol. 2 (2008): 417-424.

Niumen, E., and Kalen, P. *Roznichnaia torgovlia. Organizatsiia i upravlenie* [Retail. Organization and management]. St. Petersburg: Piter, 2005.

Petimko, A. M. "Upravlenie reputatsionnymi resursami promyshlennykh predpriiaty" [Managing reputational resources industries]. *Dis. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.05*, 2008.

Pavlova, A. V. *Organizatsionnyy potentsial v upravlenii deiatel'nostiu firmy* [Organizational capacity in the management of the firm]. Kazan: KGU, 2003.

Sadekov, A. A., and Frolova, L. V. "Torhivlia v systemi rynkovykh vidnosyn: lohistychnyi pidkhd" [Trade in the market economy: a logistic approach]. *Visnyk TUP*, vol. 1, no. 2 (2003): 86-89.

Shtal, T. V. "Osobennosti formirovaniya resursnoho potentsyala v torhovle" [Features of formation of the resource potential in the trade]. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*, vol. 2, no. 201 (2005): 462-473.

Vynohradska, A. M. *Komertsiiina diialnist torhovelnoho pidpriyemstva* [Commercial activity commercial enterprise]. Kyiv: KN-TEU, 2005.

Vlasova, N. O., and Krasnokut'ska, N. S. *Investytsiina pryvablyvist pidpriyemstv torhivli* [The investment attractiveness of the trade]. Kharkiv: KhDUKhT, 2003.

Vlasova, N. O., and Sidun, V. A. *Upravlinnia pasyvamy pidpriyemstv torhivli* [Manage Liabilities trade]. Kharkiv: KhDATOKh, 2000.

УДК 338.48

## ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ ЯК ЧИННИК СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬНОГО БІЗНЕСУ

СТОЙКА С. О.

УДК 338.48

### Стойка С. О. Інновації в туризмі як чинник стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу

У статті досліджено напрями стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу в галузі туризму. Виявлено бар'єри, які перешкоджають розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні. Розглянуто основні організаційно-правові форми підприємництва інноваційного типу в туристичній галузі. Ви-світлено концептуальні заходи розвитку інноваційних процесів: у межах інноваційної інфраструктури; у межах інноваційних продуктів; у межах організаційних нововведень; у межах технологічних інновацій та в межах маркетингових інновацій. Запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та основні напрями інноваційного розвитку малого та середнього бізнесу в сучасній туристичній галузі. Визначено, що основою розвитку туристичної галузі є висококваліфіковані фахівці, які зможуть розробляти якісно нові туристичні продукти та використовувати на практиці принципово нові підходи до управління туристичними підприємствами, а також нові форми та види обслуговування споживачів на ринку туристичної продукції.

**Ключові слова:** туристична галузь, малий і середній бізнес, туристичні підприємства, державно-приватне партнерство, туристичний кластер, інновації, інноваційна економіка, інформаційні технології.

**Бібл.:** 9.

**Стойка Сергій Олександрович** – викладач, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи, Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини (вул. Садова, 2, Умань, Черкаська обл., 20300, Україна)

**E-mail:** vet\_ua2@mail.ru

УДК 338.48

UDC 338.48

### Стойка С. А. Инновации в туризме как фактор стимулирования развития малого и среднего бизнеса

В статье исследованы направления стимулирования развития малого и среднего бизнеса в сфере туризма. Выявлены барьеры, которые препятствуют развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в Украине. Рассмотрены основные организационно-правовые формы предпринимательства инновационного типа в туристической отрасли. Освещены концептуальные мероприятия развития инновационных процессов: в рамках инновационной инфраструктуры; в пределах инновационных продуктов; в пределах организационных нововведений; в пределах технологических инноваций и в пределах маркетинговых инноваций. Предложены пути повышения конкурентоспособности туристических предприятий и основные направления инновационного развития малого и среднего бизнеса в современной туристической отрасли. Определено, что основой развития туристической отрасли есть высококвалифицированные специалисты, которые смогут разрабатывать качественно новые туристические продукты и использовать на практике принципиально новые подходы к управлению туристическими предприятиями, а также новые формы и виды обслуживания потребителей на рынке туристической продукции.

**Ключевые слова:** туристическая отрасль, малый и средний бизнес, туристические предприятия, государственно-частное партнерство, туристический кластер, инновации, инновационная экономика, информационные технологии.

**Библ.:** 9.

**Стойка Сергей Александрович** – преподаватель, кафедра туризму та готельно-ресторанного дела, Уманский государственный педагогический университет им. П. Тычины (ул. Садовая, 2, Умань, Черкасская обл., 20300, Украина)

**E-mail:** vet\_ua2@mail.ru

### Stoyka S. O. Innovations in Tourism as a Factor of Stimulation of Development of Small and Medium Business

The article studies directions of stimulation of development of small and medium business in the sphere of tourism. It reveals barriers that interfere with development of the subjects of small and medium entrepreneurship in Ukraine. It considers main organisational and legal forms of entrepreneurship of the innovation type in the tourist industry. It describes conceptual measures of development of innovation processes: within the innovation infrastructure; within innovation products; within organisational innovations; within technological innovations and within marketing innovations. It offers the ways of increase of competitiveness of tourist enterprises and main directions of innovation development of small and medium business in the modern tourist industry. It identifies that the basis of development of the tourist industry is highly qualified specialists who can develop qualitatively new tourist products and apply in practice principally new approaches to managing tourist enterprises and also new forms and types of consumer servicing in the market of tourist products.

**Key words:** tourism, small and medium business, tourist enterprise, state-private partnership, tourist cluster, innovations, innovation economy, information technologies.

**Bibl.:** 9.

**Stoyka Serhiy O.** – Lecturer, Department of Tourism and the hotel and restaurant business, Uman State Pedagogical University named after P. Tychnyna (vul. Sadova, 2, Uman, Cherkaska obl., 20300, Ukraine)

**E-mail:** vet\_ua2@mail.ru

**Н**а сучасному етапі розвитку туристичної галузі національного господарства України жорстка конкуренція та очікування споживачів постійно зростають. Саме тому в таких умовах успіх туристичних підприємств на ринку залежить не лише від рівня якості пропонувананих споживачам послуг, але й від ефективності розробки принципово нових підходів до організації бізнесу та управління ним. Отже, необхідно максимум зусиль зосередити на пошуці висококваліфікованих фахівців з новим типом мислення та поведінки, які зможуть впроваджувати інновації.

Окремі аспекти активізації інноваційного підприємництва досліджуються в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених: В. Александрової, Г. Андрощука, Ю. Бажала, А. Гальчинського, В. Гейця, А. Гриценка, В. Гріньова, В. Гусева, М. Денисенка, М. Крупки, С. Мочерного, А. Поручника, В. Семиноженка.

Розвиток інноваційних процесів у галузі туризму досліджено у працях відомих вчених, таких як: В. Биркович, С. Білоус, О. Жук, Ф. Зінов'єв, А. Ігнат'єв, О. Кальченко, В. Квартальнов, Р. Ларіна, В. Новіков, Т. Ткаченко, Д. Ушаков.

Проте деякі положення, що стосуються стимулювання інноваційного розвитку підприємств малого та середнього бізнесу в туристичній галузі, на нашу думку, вимагають глибшого вивчення.

У промислово розвинених країнах підтримка малого та середнього бізнесу стала результатом еволюції економічної політики держави і була зумовлена глибинними процесами як всередині самих країн, так і на світовому рівні, а саме: уповільненням темпів економічного розвитку, збільшенням рівня безробіття, наростанням негативних проявів глобалізації. У країнах, що розвиваються, формування приватного підприємництва стало стартом на шляху ринкових перетворень, економічного і суспільного прогресу. Як відомо, функціонування нового середнього класу, ядро якого становлять працьовиті, енергійні підприємці, які прагнуть підвищити свій соціальний статус, є найважливішим елементом соціальних перетворень.

Основними бар'єрами, які перешкоджають розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні, є:

- ✦ відсутність стартового капіталу для організації підприємницької діяльності;
- ✦ обмежена доступність фінансових ресурсів, зумовлена складністю отримання позикового фінансування для суб'єктів малого та середнього підприємства і високою вартістю банківських кредитів;
- ✦ низька доступність площ (виробничих, торгових, офісних) у зв'язку з постійно зростаючою вартістю оренди;
- ✦ обмежений доступ суб'єктів малого та середнього підприємства до ринків збуту, у тому числі зарубіжних і регіональних, що пояснюється меншими можливостями та фінансовими ресурсами більшості суб'єктів малого та середнього підприємства в порівнянні з великими підприємствами;
- ✦ нестача висококваліфікованого персоналу;
- ✦ недостатньо високий рівень розвитку механізмів комплексної підтримки підприємців.

Саме тому для подолання окремих бар'єрів на шляху до ефективного функціонування суб'єктам малого та середнього підприємства в галузі туризму необхідно більше уваги звертати на досягнення науково-технічного прогресу та максимально використовувати їх.

XXI століття справедливо визначається як інтелектуально-інформаційне, або як епоха знань – цивілізація, що прийшла на зміну енергетичної, підкреслюючи тим самим вирішальне значення в розвитку людського суспільства саме знань та інновацій [1].

Конкуренція і глобалізація ринку вимагають від підприємств і держав активнішої діяльності у сфері інновацій. Й. Шумпетер стверджував, що головною запорукою економічного розвитку регіонів є саме інновації, які він вважав головною конкурентною перевагою країни. Розвинені країни світу та країни, що розвиваються, по-різному підходять до заохочення і підтримання інноваційних проектів. Деякі країни використовують податкові пільги для стимулювання інновацій. Іншим важливим інструментом стимулювання інновацій в економічно розвинених країнах є державні замовлення. Ще однією важливою умовою розвитку підприємства та інноваційності є можливість одержання підприємствами, які «відкриті» на дослідження і розвиток, доступу до різноманітних джерел фінансування, одним з яких є венчурний капітал [3]. Усі ці заходи можна і потрібно застосовувати для суб'єктів малого та середнього бізнесу в галузі туризму.

Проте, на нашу думку, при пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств потрібно масштабніше розглядати проблему. Більше уваги необхідно звернути на кооперування та організацію державно-приватного партнерства.

**П**рийняття Закону України «Про концесії» [5] стало основою для створення нормативно-правової бази підтримки державно-приватного партнерства в різних сферах господарської діяльності, у тому числі і туристичної. Державно-приватне партнерство в галузі туризму здійснюється в двох основних напрямках: створення спеціальних економічних зон і туристичних кластерів.

Сьогодні кластеризація є оптимальною формою внутрішньої інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергетичний ефект протидії тиску глобальної конкуренції з боку монопольних ТНК. Найважливішим показником діяльності кластерів є забезпечення високої конкурентоспроможності їх продукції на ринку, тому кластерний розвиток туристичних дестинацій як окремих регіонів країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки [4].

О. М. Кальченко у своїх дослідженнях наводить такі основні переваги кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств:

- ✦ підвищення економічної ефективності і конкурентоспроможності спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю;
- ✦ зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників і споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, довірливої спеціалізації;
- ✦ стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновацій шляхом збільшення міжфірмових потоків ідей та інформації;
- ✦ формування локального галузевого ринку праці, що дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації;

- ✦ покращення інвестиційної привабливості регіонів;
- ✦ кластеризація туристичної діяльності при правильній організації стимулює зростання і розвиток інших виробництв;
- ✦ кластерні технології сприяють налагодженню зв'язків між державними і бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів [6, с. 187].

Такий підхід є досить цікавим, проте, на нашу думку, при формуванні туристичних кластерів необхідне активне втручання держави на початкових етапах їх функціонування з метою управління та контролю діяльності, що дасть можливість підтримувати розширене відтворення у майбутньому.

Забезпечення сталого економічного розвитку регіонів країни з туристичною інфраструктурою шляхом створення туристичних кластерів, спеціальних економічних зон, територій пріоритетного розвитку тощо – це лише початковий етап реалізації стратегії розвитку туризму в Україні. Щоб вижити в жорстких конкурентних умовах ХХІ століття, малим і середнім туристичним підприємствам необхідно постійно використовувати ноу-хау у виробництві туристичних продуктів і обслуговуванні туристів. На активізацію інноваційних процесів у туристичній індустрії впливають такі фактори: розвиток науки та технологій; кон'юнктура на ринку туристичних послуг; непередбачені події (екологічні та техногенні катастрофи тощо); державна політика у сфері інновацій.

Г. М. Гузенко та В. В. Бабак до головних завдань стимулювання розвитку інноваційної діяльності відносять: створення інституціональних умов інтеграції наукової, інноваційної, виробничої сфер економіки; перетворення наукової сфери на активного чинника нагромадження інноваційного потенціалу країни; формування ефективної інноваційної інфраструктури [7, с. 32].

В. Ф. Зінов'єв та О. В. Бартошук концептуальними заходами розвитку інноваційних процесів у туризмі вважають:

- 1) *у межах інноваційної інфраструктури:*
  - ✦ створення мережі підприємств, що працюють разом (франчайзинг) з метою обміну взаємовигідною інформацією з питань, пов'язаних з розвитком туризму, національного інноваційного центру розвитку туристичної галузі, відділу досліджень і розробок з питань інновацій в туризмі в структурі Державного агентства України з туризму та курортів;
  - ✦ розвиток державно-приватного партнерства в туристичній інноваційній сфері, системи транснаціонального туристичного виробництва, ділового партнерства в туризмі, консолідації туристичних компаній (створення стратегічних альянсів (співробітництво між підприємствами з метою підвищення конкурентоспроможності учасників), спільних підприємств);
  - ✦ створення конгломератів, центрів взаємодії (кооперації) туристичних підприємств з підприємствами інших сфер економіки – легкої, харчової промисловості, сфери обслуговування і торгівлі, транспорту, зв'язку, фінансово-кредитними та страховими установами;
  - ✦ об'єднання туристичної сфери і науки, співробітництво вчених і керівництва туристичних компаній у процесі розробки й впровадження у сфері

інновацій в туризмі (залучення провідних вищих навчальних закладів до наукових розробок).

- 2) *У межах інноваційних продуктів:*
  - ✦ розширення сегментів додаткових послуг (надання клієнтських карток лояльності та ін.) і впровадження альтернативних видів туризму (екстремальний, пригодницький, кінний, водний, подієвий, етнографічний, гастрономічний туризм, аеротуризм, корпоративні бізнес-подорожі, розробка цільових програм перспективних видів туризму);
  - ✦ розвиток соціального (доступ до участі в туризмі соціально вразливих верств населення, стимулює масовий туризм і формує туристичну політику держави як соціально орієнтовану) та сільсько-екологічного, зеленого туризму, агротуризму (джерело залучення додаткових коштів у сільські місцевості, вирішення проблем зайнятості та міграції сільського населення, розповсюдження національних традицій), запровадження пільгових умов для організації туристичної роботи серед дітей, підлітків, молоді, інвалідів і малозабезпечених верств населення України;
  - ✦ розвиток туризму у віддалених районах країни, нових туристичних центрів – маловідомих місць для туристів, які варто відвідати, нетипових для місцевого відпочинку атракцій, розосередження попиту на одні напрями і забезпечення інтересу до інших туристичних напрямів на території країни.
- 3) *У межах організаційних нововведень:*
  - ✦ застосування сателітних (допоміжних) рахунків у туризмі (*Tourism Satellite Account, TSA*) – системи економічних показників, за допомогою яких можна оцінити економічне значення, внесок туризму в економіку, розробка TSA на щорічній основі;
  - ✦ створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій у туристичну галузь, реалізація інноваційно-інвестиційних програм; надання фінансових субсидій, податкових пільг, державних кредитів, гарантій і грантів (міжнародна програма фінансової підтримки ЄС TACIS) учасникам інноваційних процесів для здійснення науково-дослідних робіт у сфері туризму та суміжних галузях; формування системи взаємопов'язаних фінансових інститутів (програм, бюджетних і позабюджетних фондів) для фінансування інноваційної діяльності в галузі туризму;
  - ✦ використання нових інноваційних форм організації туристичної діяльності;
  - ✦ кадрове забезпечення туристичної індустрії кваліфікованими спеціалістами (впровадження передових методів та офіційних програм навчання, підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації), підвищення інноваційного потенціалу кадрів, зайнятих в туристичній та суміжних галузях, формування інноваційного типу мислення.
- 4) *У межах технологічних інновацій:*
  - ✦ впровадження новітньої техніки та інформаційних технологій в туризмі;
  - ✦ розвиток прогресивних фінансових технологій обслуговування туристів;
  - ✦ автоматизація діяльності туристичних організацій;
  - ✦ інформатизація банку даних про суб'єктів туристичної діяльності, об'єкти туристичної індустрії, туристичні ресурси України, продукти і послуги;

- ✦ розробка туристично-рекреаційних паспортів окремих територій;
  - ✦ відкритий доступ до туристичної інформації та статистики за винятком випадків обмеження доступу в інтересах збереження державної, комерційної таємниці.
- 5) У межах маркетингових інновацій:
- ✦ створення спеціальної національної організації для просування країни та українського туристичного продукту на міжнародних ринках, національних і закордонних туристичних представництв України, проведення ними рекламної кампанії туристичної галузі (виготовлення туристично-рекламної продукції, розробка туристичної символіки України, організація та проведення туристичних виставок, ярмарок, конгресів, конференцій, конкурсів наукових робіт);
  - ✦ створення єдиної загальнонаціональної мережі туристично-інформаційних центрів та альтернативних структур надання туристичної інформації із залученням освітніх, бібліотечних установ, маркетингових структур, забезпечення їх інформаційними матеріалами про туристичні можливості України; посилення маркетингу, використання сучасних технологій реклами туристичних ресурсів і можливостей України на національному та міжнародному рівні, збільшення асигнувань на рекламу [8, с. 163 – 164].

**Р**озвиток організаційних формувань інноваційного типу в Україні, зокрема, курортполісів, рекрополісів, рекропарків та інноваційних структур інших типів з правами спеціальних економічних зон і територій пріоритетного розвитку, у відповідності з чинним законодавством, об'єктивно обумовлюється великою національною потребою в створенні більш ефективних умов для оздоровлення людей за рахунок наявності унікальних природно-ресурсних можливостей країни. Такі новоутворення інноваційного типу передбачають перехід на сучасні методи управління та нові технології рекреації і лікування, відкриття нових можливостей для залучення вітчизняних і закордонних інвестицій, входження у світову мережу курортних охоронно-оздоровчих закладів і, відповідно, здобуття статусу оздоровниць міжнародного рівня. Це обумовлює зміну існуючої форми управління на більш просту, гнучку та здатну до адаптації за будь-яких коливань в зовнішньому ринковому середовищі [9, с. 99].

#### ВИСНОВКИ

Ми вважаємо, що основними завданнями суб'єктів малого та середнього бізнесу у сучасному туризмі виступають:

- ✦ впровадження нових форм інтеграції та розвитку туристичних підприємств;
- ✦ пошук висококваліфікованих фахівців, які зможуть розробляти нові види туристичних продуктів і використовувати на практиці принципово нові підходи до обслуговування туристів.

Сучасні технології дозволяють створювати та надавати якісно нові види послуг. З розвитком науково-технічного прогресу з'являються нові будівельні матеріали, нанотехнології в різних галузях господарства, у результаті чого набувають популярності такі види туризму, як підводний (екскурсії проводяться на невеликих підводних чов-

нах), космічний (туристи отримують можливість відчутти стан невагомості; існують проекти будівництва готелів у космосі тощо).

Еволюція інформаційних технологій стимулювала розвиток віртуальних туристичних операторів та агентів. Перевагою таких організацій є компонування туру клієнтом в режимі он-лайн з урахуванням своїх побажань та одночасна оплата скомпанованого туру. Одним із нововведень, які мають впроваджуватись у сучасній туристичній індустрії, вважається можливість віртуального відвідання будь-якого місця на планеті у 3-D і 5-D форматах.

Окремі готельні мережі вже сьогодні використовують сучасні автоматизовані системи бронювання, пропонування та компонування нових послуг, інформаційного забезпечення клієнтів. Існують готелі, в яких є спеціальні системи, що запам'ятовують усі настройки, які здійснив клієнт, його вподобання (стилі музики, телеканали, режим температури в кімнаті тощо).

Отже, з метою стимулювання інноваційної стратегії розвитку підприємствам необхідно:

- ✦ визначити, від яких традиційних елементів, що не є суттєвими для споживача, необхідно відмовитись;
- ✦ визначити, які параметри якості можна знизити, не відхиляючись від стандартів;
- ✦ вибрати нові джерела підвищення привабливості послуг, що не пропонувались раніше, і використовувати їх.

Проте, необхідно зауважити, що при впровадженні інновацій в туризмі не потрібно забувати про саму сутність туризму (туристичні походи, експедиції тощо), яка полягає у відпочинку, рекреації та отриманні вражень. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Ларіна Р. Р.** Організаційно-економічний механізм підтримки молодіжного інноваційного підприємництва в Кримському регіоні [Текст] / Р. Р. Ларіна, І. Ю. Грішин, В. Є. Косарев // *Економіка Крима*. – 2012. – № 3 (40). – С. 29 – 33.
2. **Панченко Т.** Розбудова туристичної та курортно-рекреаційної інфраструктури – пріоритетний напрям регіонального розвитку України / Т. Панченко // Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/dprmu/2008\\_14/6\\_Panchenko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/dprmu/2008_14/6_Panchenko.pdf)
3. **Жежуха В. Й.** Стимулювання інноваційної діяльності: європейський досвід / В. Й. Жежуха // Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Logistyka/2008\\_633/32.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Logistyka/2008_633/32.pdf)
4. **Михайліченко Г. І.** Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г. І. Михайліченко // Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Management/2012\\_727/49.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Management/2012_727/49.pdf)
5. Закон України «Про концесії» від 16.07.1999 № 997-XIV // Веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>
6. **Кальченко О. М.** Кластеризація в туристичній галузі [Текст] / О. М. Кальченко // *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. – Чернігів : ЧДТУ, 2009. – № 39. – С. 186 – 195.
7. **Гузенко Г. М.** Інноваційний потенціал національної економіки та роль держави у його відтворенні в Україні / Г. М. Гузенко, В. В. Бабак // *Бізнес Інформ*. – 2009. – № 11 (2). – С. 31 – 32.
8. **Зінов'єв Ф. В.** Інноваційний підхід до розвитку туристичної галузі України [Текст] / Ф. В. Зінов'єв, О. В. Бартошук // *Інноваційна економіка*. – 2012. – № 4 (30). – С. 161 – 164.

9. Білоус С. В. Перспективи розвитку інноваційних процесів у туристичному бізнесі України в рамках інтеграції до Європейського Союзу [Текст] / С. В. Білоус // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – С. 97 – 101.

#### REFERENCES

Bilous, S. V. "Perspektyvy rozvytku innovatsiinykh protsesiv u turystychnomu biznesi Ukrainy v ramkakh intehtratsii do IEvropeiskoho Soiuzu" [Prospects for the development of innovative processes in the tourism business in Ukraine's integration into the European Union]. *Visnyk KhNU*, no. 5 (2009): 97-101.

Huzenko, H. M., and Babak, V. V. "Innovatsiinyi potentsial nationalnoi ekonomiky ta rol derzhavy u ioho vidtvorenni v Ukraini" [The innovative potential of the national economy and the state's role in his playing in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 11(2) (2009): 31-32.

Kalchenko, O. M. "Klasteryzatsiia v turystychnii haluzi" [Clustering in the tourism industry]. *Visnyk ChDTU*, no. 39 (2009): 186-195.

[Legal Act of Ukraine] (1999). <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>.

Larina, R. R., Hrishyn, I. Yu., and Kosariiev, V. IE. "Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm pidtrymky molodizhnoho innovatsiinoho

pidpriemnytstva v Krymskomu rehioni" [Organizational-economic mechanism to support innovative youth entrepreneurship in the Crimea]. *Ekonomyka Kryma*, no. 3(40) (2012): 29-33.

Mykhailichenko, H. I. "Formuvannia innovatsiinykh turystychnykh klasteriv iak konkurentnoi perevahy rozvytku rehionu" [The formation of innovative clusters tourism as a competitive advantage for the region]. [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menu/2012\\_727/49.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menu/2012_727/49.pdf)

Panchenko, T. "Rozbudova turystychnoi ta kurortno-rekreatsiinoi infrastruktury – priorytetnyi napriam rehionalnoho rozvytku Ukrainy" [Development of tourism and recreation infrastructure – a priority for regional development in Ukraine]. [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/dprmu/2008\\_14/6\\_Panchenko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/dprmu/2008_14/6_Panchenko.pdf)

Zinov'iev, F. V., and Bartoshuk, O. V. "Innovatsiinyi pidkhid do rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy" [An innovative approach to the development of tourism industry in Ukraine]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 4(30) (2012): 161-164.

Zhezhukha, V. I. "Stymuliuivannia innovatsiinoi diialnosti: ievropeyskyi dosvid" [Stimulating innovation: the European experience]. [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008\\_633/32.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008_633/32.pdf)

УДК 001.8:[658.15:330.341.1:640.43]

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

НАЙДЮК В. С.

УДК 001.8:[658.15:330.341.1:640.43]

### Найдюк В. С. Методологічні засади управління інноваційним розвитком підприємств ресторанного господарства

Мета статті полягає у визначенні та подальшому розвитку методологічних засад управління інноваційним розвитком підприємств ресторанного господарства. Спираючись на дані критичного аналізу наявних наукових поглядів на трактування сутності поняття «управління інноваційним розвитком підприємства», проведено уточнення цієї дефініції. У результаті дослідження побудовано причинно-наслідкову діаграму вирішення проблеми забезпечення ефективного управління інноваційним розвитком підприємства ресторанного господарства. Розроблено концептуальну схему розробки та реалізації стратегії інноваційного розвитку на підприємстві ресторанного господарства. Експериментально підтверджено гіпотезу про наявність дуже сильної щільності зворотного зв'язку між опором інноваційним змінам і змінною часткою кваліфікованого персоналу, який має здібності до постійного розвитку (навчання) та генерації нових ідей, на підприємствах ресторанного господарства та побудовано модель залежності між ними. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі можуть стати наукові пошуки, спрямовані на розробку методичних підходів щодо визначення рівня інноваційного потенціалу та оцінювання ефективності управління інноваційним розвитком різних (за типом, класом, розміром тощо) підприємств ресторанного господарства.

**Ключові слова:** методологічні засади, управління, стратегія, інноваційний розвиток, підприємство, ресторанне господарство, опір інноваційним змінам.

**Рис.:** 2. **Формул:** 1. **Бібл.:** 30.

**Найдюк Віталій Сергійович** – фінансовий директор Луганського енергетичного об'єднання (вул. Котельникова, 1, Луганськ, 91055, Україна)

**E-mail:** vnaidiuk@mail.ru

УДК 001.8:[658.15:330.341.1:640.43]

### Найдюк В. С. Методологические основы управления инновационным развитием предприятий ресторанного хозяйства

Цель статьи заключается в определении и последующем развитии методологических основ управления инновационным развитием предприятий ресторанного хозяйства. Опираясь на данные критического анализа существующих научных взглядов на трактовку сущности понятия «управление инновационным развитием предприятия», проведено уточнение этой дефиниции. В результате исследования построена причинно-следственная диаграмма решения проблемы обеспечения эффективного управления инновационным развитием предприятия ресторанного хозяйства. Разработана концептуальная схема разработки и реализации стратегии инновационного развития на предприятии ресторанного хозяйства. Экспериментально подтверждена гипотеза о наличии очень сильной плотности обратной связи между сопротивлением инновационным изменениям и переменной долей квалифицированного персонала, имеющего способности к постоянному развитию (обучению) и генерации новых идей, на предприятиях ресторанного хозяйства и построена модель зависимости между ними. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении могут стать научные изыскания, направленные на разработку методических подходов к определению уровня инновационного потенциала и оценки эффективности управления инновационным развитием различных (по типу, классу, размеру и т. п.) предприятий ресторанного хозяйства.

**Ключевые слова:** методологические основы, управление, стратегия, инновационное развитие, предприятие, ресторанное хозяйство, сопротивление инновационным изменениям.

**Рис.:** 2. **Формул:** 1. **Библ.:** 30.

**Найдюк Виталий Сергеевич** – финансовый директор, Луганское энергетическое объединение (ул. Котельникова, 1, Луганск, 91055, Украина)

**E-mail:** vnaidiuk@mail.ru

UDC 001.8:[658.15:330.341.1:640.43]

### Naidiuk V. S. Methodological Foundations of Innovation Development Management of Catering Trade' Enterprises

The goal of the article lies in identification and further development of methodological grounds of managing the innovation development of restaurants. Based on the data of the critical analysis of existing scientific views on interpretation of the essence of the "managing innovation development of an enterprise" notion, the article conducts clarification of this definition. In the result of the study the article builds up a cause-effect diagram of solution of the problem of ensuring efficient management of the innovation development of a restaurant. The article develops a conceptual scheme of development and realisation of the strategy of innovation development in a restaurant. It experimentally confirms the hypothesis of availability of a very strong density of the feedback between resistance to innovation changes and a variable share of qualified personnel that is capable of permanent development (learning) and generation of new ideas, in restaurants and builds a model of dependency between them. The prospects of further studies in this direction could become scientific studies directed at development of methodical approaches to identification of the level of innovation potential and assessment of efficiency of managing innovation development of different (by type, class, size, etc.) restaurants. The obtained data could also be used for development of a new or improvement of the existing tools of strategic management of innovation development at the micro-level.

**Key words:** methodological foundations, management, strategy, innovation development, enterprise, catering trade, resistance to innovative changes.

**Pic.:** 2. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 30.

**Naidiuk Vitaliy S.** – Financial Director, Lugansk Energy Association (vul. Kotyelnikova, 1, Luhansk, 91055, Ukraine)

**E-mail:** vnaidiuk@mail.ru