

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

© 2014 АМЕТ-УСТАЄВА Д. М.

УДК 658.64:338.48:004.9

Амет-Устаєва Д. М. Управління інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу

Дана робота присвячена дослідженню особливостей управління інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу на основі новітніх інформаційних технологій. У результаті проведеного аналізу наукових робіт вітчизняних і зарубіжних учених надано власне визначення категорії «інновації в туризмі». Запропоновано розглядати інновації у сфері туризму в площині бізнес-процесів, менеджменту інформаційних систем, розробки туристичних продуктів. У статті адаптовано модель інноваційного розвитку організації за Л. Грейнером для підприємств сфери туризму. Модель описує фази, що проходить організація під час її корпоративного розвитку. Застосування моделі дозволяє визначити основні напрями розвитку підприємства в майбутньому. Вона визначає проблеми, з якими стикається підприємство, і сукупність дій, які слід чинити на кожному етапі. Визначено роль інформаційних систем і технологій управління в інноваційному розвитку підприємств туристичної галузі. Їх впровадження сприяє збільшенню кількості замовлень; підвищенню продуктивності праці персоналу; покращенню обслуговування; зниженню окремих категорій витрат (на зв'язок, надсилання пошти); підвищенню конкурентоспроможності підприємства та його турпродуктів; посиленню економічної безпеки організації; покращення іміджу організації.

Ключові слова: інноваційний розвиток, підприємство туристичного бізнесу, інформаційні технології, інновація, модель розвитку, IT-проект.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

Амет-Устаєва Діляра Мамметівна – аспірантка, кафедра інформаційних систем і технологій управління, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

E-mail: dili4ka-13@mail.ru

УДК 658.64:338.48:004.9

UDC 658.64:338.48:004.9

Амет-Устаєва Д. М. Управление инновационным развитием предприятий туристического бизнеса

Данная работа посвящена исследованию особенностей управления инновационным развитием предприятий туристического бизнеса на основе новейших информационных технологий. В результате проведенного анализа научных работ отечественных и зарубежных ученых представлено собственное определение категории «инновации в туризме». Предложено рассматривать инновации в сфере туризма в плоскости бизнес-процессов, менеджмента информационных систем, разработки туристических продуктов. В результате статье адаптирована модель инновационного развития организации по Л. Грейнеру для предприятий сферы туризма. Модель описывает фазы, которые проходит организация при ее корпоративном развитии. Применение модели позволяет определить основные направления развития предприятия в будущем. Она очерчивает проблемы, с которыми сталкивается предприятие, и совокупность действий, которые следует делать на каждом этапе. Определена роль информационных систем и технологий управления в инновационном развитии предприятий туристической отрасли. Их внедрение способствует увеличению количества заказов; повышению производительности труда персонала; улучшению обслуживания; снижению отдельных категорий расходов (на связь, отправку почты); повышению конкурентоспособности предприятия и его турпродуктов; усилению экономической безопасности организации; улучшению имиджа организации.

Ключевые слова: инновационное развитие, предприятие туристического бизнеса, информационные технологии, инновация, модель развития, IT-проект.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Библ.:** 8.

Амет-Устаєва Діляра Мамметівна – аспірантка, кафедра інформаційних систем і технологій управління, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

E-mail: dili4ka-13@mail.ru

Amiet-Ustaieva D. M. The Management of Innovative Development of Travel Businesses

The main goal of this article is to study the specific traits of the management of innovative development of travel businesses on the basis of newest information technologies. The review of studies by local and foreign scientists allowed to create a new definition of travel innovations category. It offers to consider the travel innovations in respect to business environment, management of information systems and development of travel products. The article adapts the model of innovative company development by L. Greiner for travel businesses. The model describes the stages of corporate development of an organization. The implementation of this model allows to define the major part of companies development traits in future. It outlines both the problems faced by a company on the range of actions needed to be taken during each stage. It defines the function of information systems and management technologies in the innovative development of travel companies. Their implementation favors the increase of the number of orders; the increase of employees working efficiency; the improvement of services level; the decrease of certain categories of expenses (communications and mail dispatch); the increase of company's competitiveness and its travel products; the improvement of organization's economical security; the advancement of organization's image.

Key words: innovative development, travel business, information technologies, innovation, model of development, IT-project.

Pic.: 2. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

Amiet-Ustaieva Diliara M. – Postgraduate Student, Department of Information Systems and Technology Management, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (vul. Shchorsa, 31, Donetsk, 83050, Ukraine)

E-mail: dili4ka-13@mail.ru

Сучасний туризм – це складна соціально-економічна система, найважливішою умовою розвитку якої є розробка і впровадження інновацій. Інноваційні процеси в даний час набувають все більшої значущості, їх головним завданням є досягнення підприємствами конкурентних переваг і більш повне задоволення попиту споживачів у високоякісних послугах.

Проблеми вибору та реалізації стратегії розвитку підприємств розглядали у своїх наукових працях такі українські та закордонні фахівці, як І. Х. Ансофф, О. І. Бланк, М. А. Джордж, Д. Воркс, К. Рідінг, Р. А. Фатхутдінов, Г. Я. Гольдштейн, А. А. Трифилова та інші. Використання інноваційних технологій в управлінні відображено в численних роботах вітчизняних і зарубіжних економістів.

У розробку теорії інновацій в туристичній сфері великий внесок зробили такі автори, як: П. Дж. Шелдон, А. Дж. Фрю, С. С. Скобкин, А. Д. Чудновський, Т. Ткаченко, М. М. Скопель, І. О. Михайлова, С. В. Мельниченко, В. С. Новіков. У роботах вчених розглядаються проблеми управління конкурентоспроможними організаціями на основі використання інноваційних методів, формування механізмів забезпечення та оцінки інноваційного розвитку підприємств, виявлення особливостей розвитку туристичних підприємств в сучасних економічних умовах. Однак проблеми ефективного використання інноваційних технологій в управлінні інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу, незважаючи на свою актуальність, ще недостатньо вивчені.

Метою даної роботи є визначення особливостей управління інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу на основі новітніх технологій.

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш прибуткових і динамічних галузей світового господарства. За даними *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*, надходження від міжнародного туризму в Україні у 2011 р. склали 4 294 млн дол. США. На даному етапі туристична індустрія України характеризується високими темпами розвитку та зростанням її ролі в економіці країни (2% від загального ВВП). Україна стає все більш привабливою для іноземних туристів – у 2011 р. країну відвідало більше 21,415 тис. осіб [5].

У результаті зростаючого впливу внутрішнього і зовнішнього середовища інновації стають найважливішим елементом управління на туристичному підприємстві з орієнтацією на стратегічний успіх. У свою чергу, застосування інноваційних технологій висуває нові вимоги до змісту управлінської діяльності, викликаючи необхідність вдосконалення специфічних форм, методів і принципів управління.

В економічній літературі наводяться різні трактування терміна «інновація». Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як «кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг» [6]. Водночас набори методів і засобів, що підтримують етапи реалізації нововведення, являють собою інноваційні технології.

Вдале визначення категорії «інновацій в туризмі» надав В. С. Новіков «як результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристичних, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристичного бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристичних підприємств» [1]. Проте це визначення не враховує утилітарний бік інновації – здатність задовольнити суспільні потреби з великим корисним ефектом. Отже, на нашу думку, інновації в туризмі – це розробка нових туристичних продуктів, проектів тощо із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду в галузях управління та маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни і регіонів.

У сфері туризму інновації можливо розглядати на рівні бізнес-процесів, менеджменту інформаційних систем, розробки туристичних продуктів. Відповідно до такої класифікації можна наведемо приклади інновацій (табл. 1). Стимулюючий вплив на інноваційні процеси в туризмі роблять різноманітні фактори:

- ✦ нові напрямки розвитку науки і техніки, поява нових технологій;
- ✦ економічна і політична ситуація в окремих регіонах світу і країнах;
- ✦ правила економічних взаємовідносин, що встановлюються міжнародними організаціями, зокрема, Світовою організацією торгівлі та Всесвітньою туристською організацією;
- ✦ отримання нових знань про туристичні ресурси в різних регіонах земної кулі та інформації про додаткові можливостях туристичних поїздок;
- ✦ державні закони, а також інші правові акти, що визначають економічні та політичні принципи функціонування туристичних підприємств, включаючи розробку державної концепції розвитку туризму, прийняття нових нормативно-правових актів з соціально-економічних питань;
- ✦ зміна ситуації на ринках: поява нових туристичних напрямків, невідповідність пропонованих послуг потребам мандрівників, зміна структури попиту, поява нових вимог з боку споживачів до якості туристичного продукту;
- ✦ впровадження нововведень у діяльність виробничих галузей, тісно пов'язаних з туристичним бізнесом (транспортні компанії, готелі тощо);
- ✦ прагнення компаній зміцнити позиціонування на ринку або боротьба за виживання;
- ✦ несподівані події, які не залежать від волі людей: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти та інше.

Основними принципами інновацій в туризмі є [3]:

1. *Принцип науковості* полягає у використанні наукових знань і методів для реалізації інновацій, які відповідають потребам туристів.
2. *Принцип системності* полягає у врахуванні факторів і умов, необхідних для задоволення потреб людини у відпочинку, ресурсних можливостей регіону (економічні, фінансові, кадрові та ін.), соціального впливу на суспільство, факторів зовнішнього середовища.
3. *Принцип відповідності інновацій потребам туристів.*
4. *Принцип позитивного результату* полягає в запобіганні нерозумного, непродуманого створення і впровадження нововведень, які несуть небезпеку як для туриста, так і для біосфери та суспільства загалом.
5. *Використання інвестиційних ресурсів для проведення відповідних досліджень, розробки та матеріалізації інновацій.* Ефективність ресурсів визначається ступенем важливості та масштабності нововведення.
6. *Відповідність інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства.* Нововведення, які для певного суспільства не відповідають конкретному етапу розвитку, не можуть принести користь та бути в попиті.
7. *Принцип зв'язності.* Інноваційний процес закінчується появою на ринку товару, який на певному етапі свого життєвого циклу повинен викликати потребу (стимулювати ідею) створення наступної інновації та забезпечити фінансову підтримку цього процесу.

Інновації у сфері туристичного бізнесу на рівні інформаційних систем, процесів та продуктів

Інновація	Зміст інновації	Переваги від впровадження на підприємстві	
		для клієнтів	
Менеджмент інформаційних систем			
Віртуальні консьєржі у готелях	Сенсорні дисплеї, що дозволяють відвідувачам отримати інформацію про погоду, транспорт, визначні місця тощо	<ul style="list-style-type: none"> Розвантаження персоналу готелю; урізноманітнення послуг готелів 	<ul style="list-style-type: none"> Самостійне отримання інформації про погоду, транспорт, розташовані поряд визначні місця тощо на зручній для користувача мові, скористатися різними Інтернет-сервісами
Сервіс «нотатки про подорожі»	Інформаційний проєкт для любителів подорожей, які хочуть поділитися враженнями про свій відпочинок	<ul style="list-style-type: none"> Залучення клієнтів до відвідування сайту компанії; можливість отримати докладний опис вражень про ті або інші туристичні об'єкти 	<ul style="list-style-type: none"> Можливість отримувати і передавати інформацію у текстовому, графічному та відео-форматі про відвідані міста та країни з рук у руки
Бізнес-процеси			
Розвиток мережі на основі франчайзингу	Створення мережі туристичних агентств під однією торговельною маркою	<ul style="list-style-type: none"> Розширення ринків збуту, збільшення обсягу продажів і територіальне розширення бізнесу; відсутність витрат на утримання вертикально-інтегрованої мережі управління; піднесення престижу фірми і її товарного знака, зростання довіри до якості і єдиного асортименту продукції фірми 	<ul style="list-style-type: none"> Формування очікувань щодо будь-якої філії мережі на основі відвідування однієї з них; можливість отримати послугу, що сподобалася, у різних місцях (у зоні розповсюдження мережі)
Ціноутворення за методом «жива ціна»	Динамічне формування на сайті компанії прайс-листу цін на турпродукти на основі ринкових законів	<ul style="list-style-type: none"> Автоматичне управління продажами; захист від промислового шпіонажу і цінової конкуренції; збільшення оборотів компанії та кількості щоденних бронювань 	<ul style="list-style-type: none"> Відстеження і бронювання кращих пропозицій по актуальних цінах у режимі он-лайн; самостійний підбір туру не виходячи із дому, при цьому мінімізувавши свої витрати
Туристичні продукти			
Подієвий туризм	Продаж квитків і турів на зарубіжні події (концерти, фестивалі, виставки, футбольні матчі та інші спортивні події)	<ul style="list-style-type: none"> Урізноманітнення асортименту послуг агентства; привабливання категорії споживачів з певними захопленнями 	<ul style="list-style-type: none"> Організоване відвідування заходів, що цікавлять клієнта; знайомства з людьми, що мають спільні захопленнями
Гастрономічний туризм	Туризм для прихильників смачної та вишуканої їжі	<ul style="list-style-type: none"> Урізноманітнення асортименту послуг агентства, краще задоволення смаків споживачів, що позитивно впливає на попит; гнучкість, завдяки можливості вибору ресурсів 	<ul style="list-style-type: none"> Задоволення своїх вподобань; участь у майстер-класах відомих кухарів; знайомство з секретами та нюансами іноземної кухні

8. *Принцип безпеки.* Будь-яка інновація повинна гарантувати безпеку людині та оточуючому середовищу. Організація процесу передбачає вірогідність нанесення шкоди та заходи по усуненню негативних впливів.

Інновації повинні мати новизну, задовольняти ринковому попиту, принести прибуток виробникові.

За визначенням Мартьякової О. В. [2], інноваційний розвиток – це постійний процес нововведень, що реалізуються, заснованих на новітніх інформаційних технологіях управління, маркетингу, фінансів, продажів, навчання персоналу. Завдання інноваційного розвитку визначаються не тільки формуванням основного інноваційного процесу управління, а й розвитком системи чинників і умов, необхідних для його здійснення.

З апропоновано модель інноваційного розвитку туристичного підприємства (рис. 1), яка описує фази, що проходить організація під час її корпоративного розвитку. Вона визначає проблеми, з якими стикається підприємство, і сукупність дій, які слід чинити на кожному етапі. Дана модель служить для розробки успішних організаційних структур підприємств, що постійно розвиваються, зазнають змін або реструктуризації. Застосування моделі дозволяє визначити основні напрями розвитку підприємства в майбутньому. Розвиток підприємства характеризується періодами експансії – тривалий розвиток, впродовж якого не відбувається особливих потрясінь, а також періодами кризи – коли відбуваються значні зміни або перевороти.

Існують чотири ключові сили, що визначають те, як розвивається організація [4]: наскільки гнучкою та контрольованою є організація (найчастіше це пов'язано з віком організації); розмір організації; поточний етап розвитку організації; темп зростання галузі.

Тривалість періоду експансії залежить від складності, сталості та темпів зростання туристичного ринку. Цей період триває від двох до шести років. Згодом, коли традиційні методики управління не відповідають потребам компанії, настає період кризи. Багато компаній, які не здатні відмовитися від старих практик і провести основні організаційні зміни, або припиняють своє існування, або їх темпи розвитку значно сповільнюються.

На етапі «Креативність» відбувається розробка та здійснення бізнес-плану, отримання початкового фінансування, вихід на ринок, створення клієнтської бази, визнання бренду компанії споживачами туристичних послуг. Спілкування між співробітниками є досить близьким і неформальним. Контроль здійснюється шляхом підтримки зворотного зв'язку з ринком та управлінням потоком коштів. Автоматизація зосереджена на найважливіших бізнес-операціях.

Наступний етап характеризується формуванням бюрократичної структури, розширенням бізнесу шляхом появи філій компанії та розвитку нових туристичних напрямів; здійсненням значних за обсягом інвестицій, збільшенням кількості співробітників. У завдання керівника входять побудова нової організаційної структури, створення нової мотивації працівників, налагодження співпраці з більшою кількістю підприємств соціально-культурного сервісу і туризму.

По мірі розвитку компанії лідерство поступово змінюється формальним керівництвом, відбувається чіткий розподіл обов'язків між співробітниками і відточення бізнес-процесів (етап «Делегування повноважень»). Керівник туристичної компанії стає відокремленим від рядових співробітників і спілкується переважно зі своїми прямими

підлеглими (комерційний директор, менеджер по роботі з персоналом тощо). Керівники підрозділів контролюють чітке виконання функцій і обов'язків на місцях. Також на цьому етапі виникає необхідність у впровадженні на підприємстві вимог стандарту ISO 9001.

На етапі «Координація» компанія має вже розвинену мережу філій, розвивається супутній та суміжний бізнес (перевезення, оренда авто тощо). Менеджери вищої ланки повинні мати чітке бачення організації, яке вони могли б передати кожному підрозділу або структурній одиниці. На підприємстві створюється корпоративне мислення та формулюються корпоративні цілі, що є основою розробки бізнес-планів для кожної структурної одиниці. Контроль за виконанням планів відбувається на корпоративному рівні.

Етап «Співробітництво» характеризується проведенням реструктуризації з метою уникнення подальшої бюрократизації. Деякі підприємства переходять на дивізіональну організаційну структуру (наприклад, менеджери за напрямками). Головний офіс скорочується в чисельності та знижує планку постійного контролю. На підприємстві вводяться внутрішні команди консультантів, які не керують підрозділами, а допомагають керівникам професійними порадами. Керівництвом заохочуються будь-які нові ідеї та критика старої системи. Проте, постійні інноваційні введення спричиняють кризу «психологічної пересиченості» співробітників, виходом з якої є посилення контролю з боку директора компанії, впровадження нових систем мотивації та заохочення співробітників.

О снову інноваційної діяльності у всіх секторах економіки становить реалізація досягнень науково-технічного прогресу. Науково-технічна революція стала матеріальною основою формування масового туризму через нові матеріали, мікропроцесорну техніку, засоби інформації й зв'язку.

В епоху появи та розвитку такого руху, як «стартап», сучасні підприємства при появі нових ідей або проектів прагнуть прискорити процес їх впровадження. Стартап – це така компанія, Інтернет-проект, що знаходиться на стадії розвитку та має в своїй основі амбіційну, інноваційну ідею і перспективний продукт. До характерних особливостей стартапу відносять обмеженість у ресурсах (фінанси, час, штат співробітників), венчурне фінансування, нестійке положення на ринку [8].

Розробка інноваційних IT-стартапів (IT-проектів) у сфері туризму відбувається за наявності трьох складових (рис. 2): туристичний бізнес, інноваційні технології та інформаційні системи і технології управління. Останні відіграють визначальну роль у інноваційному розвитку підприємств туристичної галузі.

Вони значно спрощують процедуру формування туристичного продукту з використанням комп'ютерних мереж, міжнародних систем бронювання, електронних баз даних з нормативно-правових актів у туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків тощо [7]. Інформаційні технології надають клієнту інформацію та можливість, за допомогою яких він може зі свого персонального комп'ютера сформулювати тур, забронювати його, обрати зручний рейс, придбати квитки, оформити прокат автомобіля у місцях відпочинку, замовити квитки на розважальні або спортивні заходи. Ці технології приводять до зростання продуктивності у сфері послуг, забезпечують підприємству конкурентну перевагу. Тому розвиток інформаційних

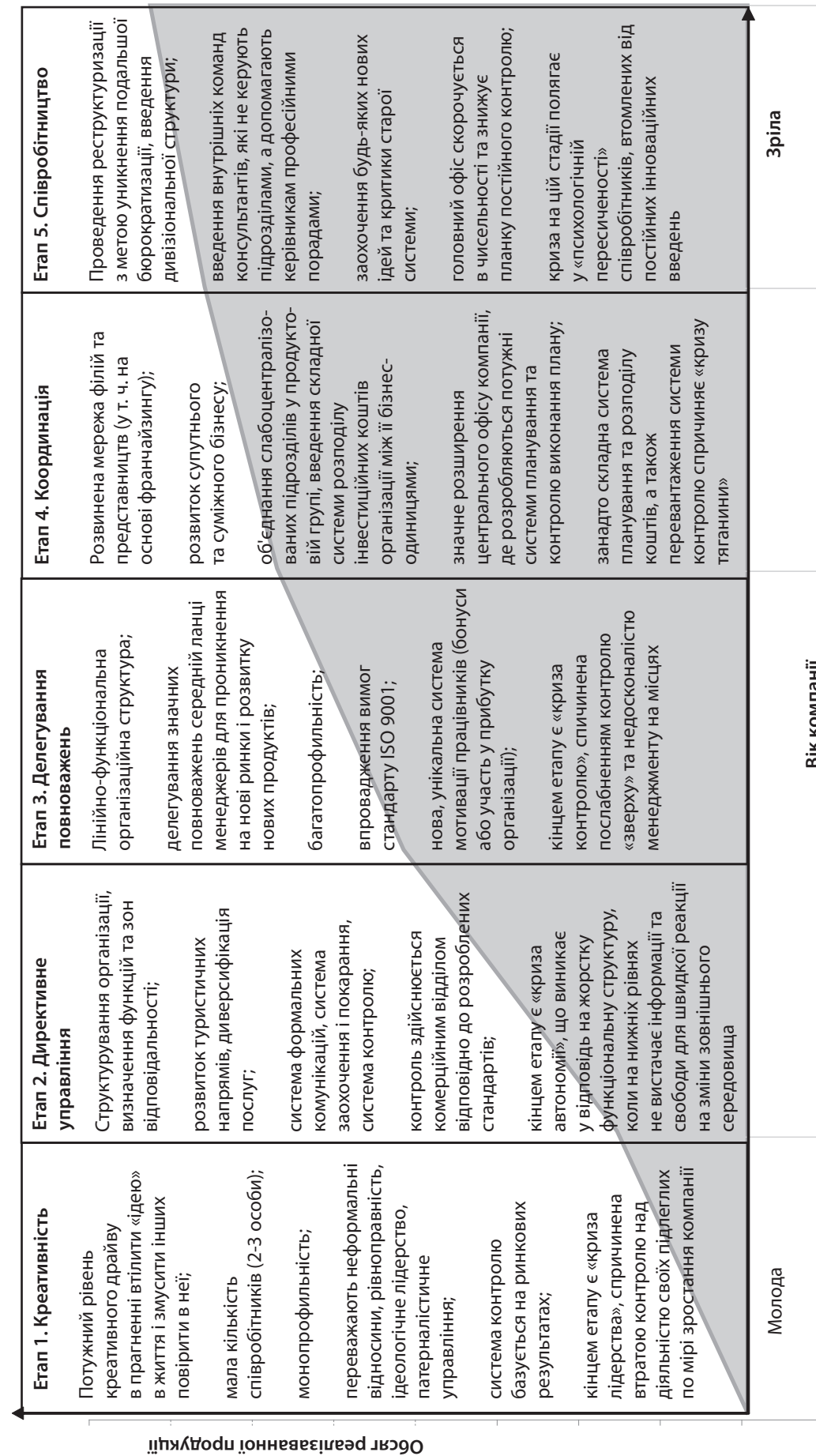


Рис. 1. Адаптована модель розвитку організації Л. Грейнера для підприємств туристичного бізнесу



Рис. 2. Базис розробки інноваційних ІТ-проектів у сфері туризму

технологій є одним із першочергових завдань перспективної та інноваційної індустрії туризму.

ВИСНОВКИ

1. Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш динамічних галузей світового господарства, що активно впроваджує сучасні інформаційні технології, вдосконалює процеси виробництва туристичних послуг, безупинно змінює форми і способи пропозиції та надання послуг, відкриває і освоює нові можливості.

2. У роботі надано власне визначення категорії «інновації у туризмі» та запропоновано розглядати її на рівнях інформаційних систем, процесів і продуктів, відповідно до яких наведено змістовні приклади інновацій з визначенням переваг їх впровадження як для підприємств, так і для клієнтів.

3. Адаптовано модель розвитку організації за Л. Грейнером для підприємств туристичного бізнесу. Використання даної моделі дозволяє визначити основні напрями розвитку підприємства, проблеми, з якими може стикнутися підприємство на кожному з етапів свого корпоративного розвитку, та сукупність дій, які слід вчинити для їх вирішення.

4. Визначальну роль у інноваційному розвитку підприємств туристичної галузі відіграють інформаційні системи і технології управління, які тісно перемикаються зі стратегіями розвитку туристичного бізнесу та інноваційними технологіями. Впровадження цих систем сприяє збільшенню кількості замовлень; підвищенню продуктивності праці персоналу; покращенню обслуговування; зниженню окремих категорій витрат (на зв'язок, надсилання пошти); підвищенню конкурентоспроможності підприємства та його турпродуктів; посиленню економічної безпеки організації тощо. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Новиков В. С. Інновації в туризмі / В. С. Новиков. – М. : ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
2. Біловодська О. А. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком : монографія / [За заг. ред. О. А. Біловодської]. – Суми : Університетська книга, 2010. – 432 с.

3. Шаповалова О. М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму / О. М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 4 (193), ч. 2. – С. 241 – 246.

4. Ридинг К. Стратегическое бизнес-планирование : Динамическая система повышения эффективности и обеспечения конкурентного преимущества / К. Ридинг / Пер. с англ. ; под ред. И. А. Войтюк. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 384 с.

5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

6. Main definitions and conventions for the measurement of research and experimental development. A summary of the Frascati Manual 1993. – Paris, 1993. – 31 p.

7. Ільєнко Ю. І. Інноваційно-інформаційні аспекти розвитку підприємств туристичної галузі / Ю. І. Ільєнко, Г. В. Шершньова // Інноваційна економіка. – Тернопіль : СМП «ТАЙП», 2013. – Вип. 6 (44). – С. 81 – 85.

8. Бланк С. StartUp. Настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф / Пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 616 с.

REFERENCES

Bilovodska, O. A. *Mekhanizm stratehichnoho upravlinnia innovatsiynym rozvytkom* [The mechanism of strategic management innovation]. Sumy: Universytetska knyha, 2010.

Blank, S., and Dorf, B. *StartUp. Nastolnaia kniga osnovatelia* [StartUp. Handbook founder]. Moscow: Alpina Publisher, 2013.

Iliencko, Yu. I., and Shershnyova, H. V. "Innovatsiino-informatsiini aspekty rozvytku pidpriemstv turystychnoi haluzi" [Innovation and informational aspects of the tourism industry]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 6 (44) (2013): 81-85.

Main definitions and conventions for the measurement of research and experimental development. A summary of the Frascati Manual 1993. Paris, 1993.

Novikov, V. S. *Innovatsii v turizme* [Innovation in tourism]. Moscow: Akademiia, 2007.

Riding, K. *Strategicheskoe biznes-planirovanie: Dinamicheskaiia sistema povysheniia effektivnosti i obespecheniia konkurentnogo preimushchestva* [Strategic Business Planning: A dynamical system operating efficiency and provide competitive advantage]. Dnepropetrovsk: Balans Biznes Buks, 2005.

Shapovalova, O. M. "Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv sfery posluh: turyzmu" [Innovative development of service industries: tourism]. *Visnyk SNU imeni Volodymyra Dalia*, vol. 2, no. 4 (193) (2013): 241-246.

"The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013" http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

Науковий керівник – Оліфіров О. В., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційних систем і технологій управління Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського