

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

## THEORETICAL ASPECTS OF INVESTIGATION-INVESTMENT STRATEGIES OF TOURIST ENTERPRISES INVESTIGATION

*У статті розглянуто питання аналізу, розроблення й упровадження інноваційно-інвестиційних стратегій в умовах сучасного розвитку ринку туристичних послуг. Здійснено аналіз основних підходів до визначення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичних підприємств. Обґрунтовано можливості та необхідність розроблення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного підприємства. Визначено зовнішні фактори, які впливають на формування інвестиційно-інноваційної стратегії туристичних підприємств.*  
**Ключові слова:** інноваційно-інвестиційні стратегії, туристичні підприємства, розвиток, формування, реалізація, конкурентоспроможність, зовнішні фактори.

*В статье рассмотрены вопросы анализа, разработки и внедрения инновационно-инвестиционных стратегий в условиях современного развития рынка туристических услуг. Осуществлен анализ основных подходов к определению инновационно-инвестиционной стратегии туристических предприятий. Обоснованы возможности и необходимость разработки инновационно-*

*инвестиционной стратегии туристического предприятия. Определены внешние факторы, влияющие на формирование инвестиционно-инновационной стратегии туристических предприятий.*

**Ключевые слова:** инновационно-инвестиционные стратегии, туристические предприятия, развитие, формирование, реализация, конкурентоспособность, внешние факторы.

*The article deals with the issues of analysis, development and implementation of innovation-investment strategies in the context of the modern development of the tourist services market. The analysis of the main approaches to the definition of innovation and investment strategy of tourist enterprises is carried out. The possibilities and necessity of development of innovative investment strategy of the tourist enterprise are grounded. The external factors influencing the formation of investment and innovation strategy of tourist enterprises are determined.*

**Key words:** innovation-investment strategies, tourism enterprises, development, formation, realization, competitiveness, external factors.

УДК 338.488

Яровий В.Ф.

к.е.н., доцент кафедри туризму  
Херсонський державний університет

**Постановка проблеми.** Ситуація на ринку туристичних послуг, де спостерігається посилення конкуренції, потребує від вітчизняних туристичних підприємств формування стійких конкурентних переваг, тому значення інноваційної діяльності підприємства підсилюється, стає щоразу важливішим формування інноваційного потенціалу підприємств, який дасть змогу вдосконалити наявні та оволодіти новими конкурентоспроможними технологіями, що повинно бути головним чинником забезпечення економічного зростання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами інноваційної діяльності займалися багато вітчизняних учених, серед них: Ю. Бажал, А. Гриньов, В. Гриньова, О. Пушкар, О. Анненкова, О. Ястремська, О. Новікова, В. Онікієнко, М. Крупка, М. Туган-Барановський, Г. Андрощук та ін. Важливий внесок у вивчення проблем інноваційної діяльності зробили закордонні вчені-економісти: Б. Санто, Б. Твіс, Й. Шумпетер, І. Перлакі, П. Друкер, В. Томсон, Н. Терпецький, А. Пригожин, Р. Фатхутдінов, О. Водачкова, П. Завлін, А. Казанцев та ін.

Дослідження інновацій та інвестицій у діяльності туристичних підприємств розглянуто в працях вітчизняних і закордонних учених: В.І. Бирковича, В.С. Боголюбова, С.В. Дмитрука, А.П. Дуровича, М.А. Жукової, В.О. Квартальнова, С.І. Ковальова, М.М. Малахової, Л.О. Мармуль,

М.О. Міхно, В.С. Новікова, Ю.А. Пшеничних, І.А. Романюк, А.Е. Саак, С.Т. Соколова, О.І. Черниш, А.В. Чечель та ін.

Узагальнення опублікованих за даною проблематикою робіт дає змогу зробити висновок про те, що теоретичні і методичні підходи до вирішення завдань поліпшення інноваційно-інвестиційної діяльності недостатньо розроблені як у науковому, так і в прикладному аспектах. Незважаючи на велику кількість праць, сьогодні недостатньо дослідженими залишаються питання аналізу, розроблення й упровадження інноваційно-інвестиційних стратегій в умовах сучасного розвитку ринку туристичних послуг.

**Постановка завдання.** Метою статті є розроблення теоретичних та практичних рекомендацій щодо формування і реалізації інноваційно-інвестиційних стратегій туристичних підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування та активізація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства – це чи не єдиний механізм конкурентоспроможності й значний поступ на шляху до лідерських позицій у систему економічних відносин. Інноваційна і інвестиційна діяльність нерозривно пов'язана між собою, тому що інноваційний розвиток потребує інвестування, а стимулювання інвестиційної діяльності має розглядатися як провідний напрям у стратегічній політиці сучасного підприємства. Все це свідчить про необхідність формування чіткої стратегічної полі-

тики у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства.

Як зазначає Г.І. Михайличенко, інноваційно-інвестиційна діяльність туристичного підприємства безпосередньо формується та здійснюється в умовах інноваційного середовища, під яким пропонується розуміти визначену і сформовану систему факторів: політичних, правових, економічних, виробничо-технологічних, демографічних, географічних, ринкових, соціокультурних, природних, екологічних, міжнародних, що забезпечує (прискорює чи гальмує) розвиток його інноваційної діяльності [1].

На думку інших авторів, інноваційне середовище визначається як сукупність нормативно-правових, соціально-економічних, психологічних та організаційно-управлінських умов, що комплексно дають змогу виявити і забезпечити підприємницьку ініціативу, здійснити науково-виробничий супровід техніко-економічних новацій. Це процес стимулювання підприємств до технологічного оновлення, впровадження передових науково-технічних досягнень, створення конкурентоспроможних продуктів та послуг [2, с. 48].

У підсумку потрібно відзначити, що в широкому контексті інноваційно-інвестиційне середовище є тією соціально-економічною сферою, що сприяє формуванню інноваційної політики та культури, виступає об'єктом інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, забезпечує різноманітність економічних потреб та інтересів. У вузькому значенні інноваційне середовище – це результат змін потенціалу підприємства, тому основним принципом структурування інноваційного середовища є принцип керованого переходу від стихійної організації інноваційного пошуку до формування нових соціально-економічних умов управління інноваційним розвитком підприємства.

Активна та скоординована мережа інноваційних структур, що являють собою збалансоване інноваційне середовище, формують інноваційний стратегічний шлях розвитку, який є найбільш перспективним як для окремих туристичних підприємств, так і для ринку туристичних послуг у цілому, а формування такого середовища є гарантом як найактивнішого залучення підприємств до цього процесу і виступає одним із головних чинників конкурентоспроможності та економічного прогресу.

Саме поняття інноваційно-інвестиційної стратегії залежить від теоретико-методологічної концепції, в основі якої визначальну роль формує інноваційна діяльність підприємства. Погляди науковців стосовно сутності категорії «інноваційна стратегія» варіюються від визначення як «...своєчасна концентрація управлінських зусиль на освоєння й використання перспективних досягнень науково-технічного розвитку...» до «...обраний напрям відновлення продукції підприємства...»,

«...засіб досягнення цілей організації, який відрізняється від інших своєю новизною...».

Відповідно, обрані підходи є своєрідним підґрунтям для визначення факторів вибору інноваційної стратегії туристичних підприємств та механізмів її реалізації. Г.П. П'ятницька підкреслює, що інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей організації, що відрізняється від інших засобів своєю новизною насамперед для даної організації й, можливо, для галузі, ринку, споживачів. Слід зазначити, що будь-які стратегічні кроки підприємства мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, маркетинговій, збутовій чи управлінській сферах [3, с. 25].

Значний вплив на поглиблення і розширення меж розуміння інноваційної стратегії зробила С. Мельниченко [4, с. 176], яка визначає інноваційну стратегію підприємств сфери послуг як цілеспрямовану діяльність із визначення найважливіших напрямів, вибору пріоритетів перспективного розвитку підприємства та вироблення необхідного для їх досягнення комплексу заходів. У системі формування інноваційної стратегії туристичних підприємств велике значення має інноваційний потенціал, який, безумовно, є стратегічним критерієм результативності й ефективності їх функціонування.

Так, О.Є. Гарбера вважає, що інноваційний потенціал туристичного підприємства – це міра готовності виконати завдання, що забезпечує досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту або програми інноваційних стратегічних змін [5, с. 30]. Своєю чергою, на думку А.П. Гречан, інноваційний потенціал підприємства характеризується синергійним ефектом комплексного використання сукупності ресурсів (матеріальних, фінансових, нематеріальних активів і ресурсів), які під впливом ринкового попиту спроможні забезпечувати прибутковість капіталу та сприяти інноваційному розвитку підприємства, а також його місце як «оболонки» загального потенціалу [6, с. 108].

Досить цікавим є науковий підхід В.С. Новікова, який у своїй праці використовує поняття «інвестиційна стратегія інноваційного розвитку», яка розглядається як динамічний процес ресурсного забезпечення підприємства, що розвивається (насамперед на базі нових технологій, нових способів організації виробництва й управління, нових товарів і способів їх реалізації та ін.), в умовах зовнішнього середовища, що змінюється [7, с. 112].

Більшість науковців подає тлумачення інвестиційної стратегії як системи довгострокових цілей та шляхів її досягнення у сфері інвестиційної діяльності підприємства з урахуванням особливостей основної діяльності та кон'юнктури інвестиційного ринку. І.О. Бланк підкреслює, що інвести-

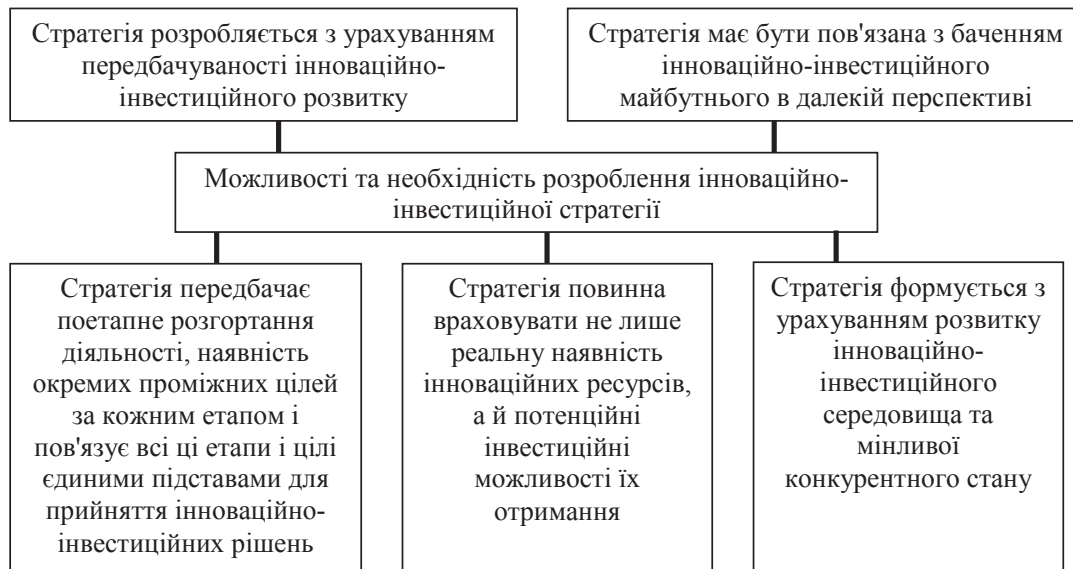


Рис. 1. Можливості та необхідність розроблення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного підприємства

ційна стратегія є системою довгострокових цілей інвестиційної діяльності економічного суб'єкта, що визначаються завданнями його розвитку та інвестиційною ідеологією, а також вибір найефективніших шляхів їх досягнення. Інвестиційну стратегію можна уявити як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності, що визначає пріоритети її напрямів та форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують передбачений розвиток економічного суб'єкта [8, с. 211].

На думку М. Вшиванюк, інвестиційна стратегія відображає переваги підприємства в інвестиційній діяльності порівняно з його конкурентами; забезпечує чіткий взаємозв'язок стратегічного, поточного й оперативного управління інвестиційною діяльністю підприємства; забезпечує реалізацію відповідно менталітету інвестиційної поведінки в найбільш важливих стратегічних інвестиційних рішеннях підприємства; відбувається формування значення основних критеріальних оцінок вибору реальних інвестиційних проектів і фінансових інструментів інвестування; є однією з передумов стратегічних змін загальної організаційної структури управління й організаційної культури підприємства [9, с. 205].

Аналіз основних підходів до визначення інвестиційної стратегії дає можливість зробити висновок, що інновації є однією з форм інвестиційної стратегії туристичних підприємств, тобто способом досягнення цілей інвестиційної діяльності шляхом вкладення інвестиційних ресурсів в інноваційну сферу. У цілому серед сучасних вітчизняних дослідників існує думка, що для багатьох туристичних підприємств саме інноваційно-інвес-

тиційна стратегія є найважливішою функціональною стратегією, оскільки вона забезпечує обґрунтування ринкової спрямованості підприємства.

На нашу думку, в умовах мінливого інноваційно-інвестиційного середовища саме розроблення стратегії є запорукою ефективного розвитку туристичного підприємства (рис. 1). Ми вважаємо, що інноваційно-інвестиційна стратегія розвитку туристичного підприємства є сукупністю заходів для досягнення мети формування інноваційного туристичного продукту в складних умовах зовнішнього середовища на основі впровадження нових технологій, нових способів організації виробництва й управління [10, с. 123].

Оцінка інноваційного потенціалу туристичного підприємства, під яким розуміємо сукупність технологічних, матеріально-технічних, організаційно-управлінських, фінансово-економічних ресурсів, які дають можливість туристичному підприємству розробляти та впроваджувати нововведення, є підґрунтям ефективного вибору інноваційно-інвестиційної стратегії його розвитку.

**Висновки з проведеного дослідження.** У цілому на формування інвестиційно-інноваційної стратегії туристичних підприємств впливає безліч факторів, які діють як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства. Серед зовнішніх факторів найбільший вплив, як правило, мають:

- особливості розвитку галузі, в якій функціонує підприємство (стадія життєвого циклу галузі, тенденції у формуванні споживчого попиту на продукцію, рівень конкуренції та основні методи конкурентної боротьби);

- рівень державної підтримки галузі, рівень розвитку фінансового ринку та інвестиційний клімат.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 1(7).
2. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 1(37). С. 47–50.
3. П'ятницька Г.Т. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування і вибору. Проблеми науки. 2014. № 11. С. 21–29.
4. Мельниченко С.В., Магалецький А.В. Маркетингова політика в готельному бізнесі: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 344 с.
5. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 23. С. 29–31.
6. Гречан А.П. Інноваційний підхід до формування стратегії підприємства. Вісник КНУТД. 2003. № 3. С. 106–109.
7. Новіков В.С. Інновації в туризмі. М.: Академія, 2007. 208 с.
8. Бланк І.О., Гуляєва Н.М. Інвестиційний менеджмент: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 398 с.
9. Вишиванюк М. Підходи до формування інвестиційної стратегії підприємства в індустрії туризму. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.9. С. 203–207.
10. Кацемир Я.В. Полезность услуг как составляющая повышения потребительской привлекательности туристического продукта. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2017. Вип. 12(1). С. 121–124.