

6. Равен Д. Компетентность в современном обществе. Выявление, развитие и реализация. Москва : Когито-центр, 2002. 396 с.
7. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 608 с.
8. Berle A. The modern corporation and private property. Transaction publishers, 1991. 765 p.
9. Khilukha O., Levchuk A., Maksymchuk A. Corporate Culture: Technology of its Formation. *Economic journal of Lesia Ukrainka Eastern European National University*. 2017. Т. 3. № 11. P. 47–52.
10. Shleifer A.A., Vishny R. Survey of corporate governance. *Journal of Finance*. 1997. № 52 (2). P. 737–783.
11. Velentzas I., Broni G. Business Ethics, Corporate Governance, Corporate Social Responsibility. *Accounting and Auditing Ethics & Deontology*. Thessaloniki: luS. 2014. P. 67–89.
12. Whiddett S., Hollyforde R.A. Practical guide to competencies: how to enhance individual and organizational performance. London : CIPD, 2003. 764 p.

УДК 338.486

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-29>

Чернега О.Б.

доктор економічних наук,
професор кафедри туризму та країнознавства
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Лохман Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та бізнесу
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Chernega Oksana

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Lokhman Natalya

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

МОДЕЛЬ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

MODEL OF THE LIFE CYCLE OF INNOVATIVE POTENTIAL OF THE TOURIST ENTERPRISE

Стаття присвячена формуванню моделі життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичного підприємства та характеристиці його етапів. Визначено, що життєвий цикл інноваційного потенціалу містить п'ять основних етапів, що мають певні закономірності та відмінні риси поведінки туристичного підприємства, таких як формування, розвиток, накопичення, використання, відродження. Зазначено, що стадія життєвого циклу інноваційного потенціалу залежить від рівня реалізації інноваційного бренду туристичного підприємства, який може виражатися через різноманітні економічні показники, зокрема зростання виручки від реалізації інноваційного туристичного продукту, зростання прибутку від реалізації інноваційного туристичного продукту, збільшення частки ринку. Всі стадії життєвого циклу мають супроводжуватись ефективним управлінням якістю інноваційного потенціалу на підприємстві. Пріоритетом інноваційного потенціалу є управління лояльністю споживачів туристичного підприємства.

Ключові слова: інноваційний потенціал, модель, етап, життєвий цикл інноваційного потенціалу, інноваційний бренд.

Статья посвящена формированию модели жизненного цикла инновационного потенциала туристического предприятия и характеристике его этапов. Определено, что жизненный цикл инновационного потенциала содержит пять основных этапов, имеющих определенные закономерности и отличительные особенности поведения туристического предприятия, таких как формирование, развитие, накопление, использование, возрождение. Указано, что стадия жизненного цикла инновационного потенциала зависит от уровня реализации инновационного бренда туристического предприятия, который может выражаться через различные экономические показатели, в частности рост выручки от реализации инновационного туристического продукта, рост прибыли от реализации инновационного туристического продукта, увеличение доли рынка. Все стадии жизненного цикла должны сопровождаться эффективным управлением качеством инновационного потенциала предприятия. Приоритетом инновационного потенциала является управление лояльностью потребителей туристического предприятия.

Ключевые слова: инновационный потенциал, модель, этап, жизненный цикл инновационного потенциала, инновационный бренд.

At this stage of development of modern science there are different approaches to determining the essence of innovation potential, but the characteristics of individual stages of the life cycle of the innovative potential of tourism enterprises are not investigated. Investigation of innovative potential of tourist enterprises should answer questions about its specificity at different stages of its existence: formation, accumulation, development, use. In this regard, it is expedient to apply the theory of the life cycle. The life cycle model is an important tool for effective diagnostics to eliminate the current problems of further development in the enterprise. It is used to describe the processes of development of economic systems, on its basis, an analysis of factors that increase their effectiveness. The life cycle of innovation potential contains five main stages, which have certain patterns and distinctive features of the behavior of the tourist enterprise: the formation, development, accumulation, use, revival. At the same time, the priorities of innovation potential at individual stages of the life cycle can be: selective development of innovative potential for the creation of local and global tourism innovations (stage of formation); creation or attraction of existing components of the innovative potential of the enterprise (stage of development), expansion of types and intensity of innovative potential of the enterprise (stage of accumulation); intensive use of innovative potential (stage of use); change of profile of innovation potential taking into account new determinants (stage of revival). All stages of the life cycle must be accompanied by effective management of the quality of innovation potential at the enterprise. The quality of the innovation potential is directly related to ensuring the functioning of the tourism enterprise. Another priority of innovation potential is to manage loyalty of consumers of an innovative tourism company, because each stage of the life cycle of innovation potential directly affects the competitiveness of the innovation brand of this enterprise.

Key words: innovation potential, model, stage, life cycle of innovation potential, innovation brand.

Постановка проблеми. Економічні відносини на сучасному етапі розвитку в Україні та світі вимагають від підприємств пошуку все нових підходів до здійснення своєї діяльності, управління потенціалом підприємства та задоволення потреб споживачів. Вирішенню вищезазначених проблем в туристичних підприємствах буде сприяти інноваційна спрямованість розвитку цих підприємств шляхом формування та використання інноваційного потенціалу як пріоритету в умовах гострої конкурентної боротьби та глобалізації.

На цьому етапі розвитку сучасної науки існують різні підходи до визначення сутності інноваційного потенціалу, але характеристика окремих етапів життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств не є дослідженою. Дослідження інноваційного потенціалу туристичних підприємств має дати відповіді на питання щодо специфіки на різних етапах його існування, таких як формування, накопичення, розвиток, використання. У зв'язку з цим доцільним є застосування теорії життєвого циклу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретико-методологічним питанням життєвого циклу інноваційного потенціалу підприємства присвячені наукові праці таких вчених, як Л.А. Петренко [1], О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа [2], І.Ю. Мельник, К.О. Бояринова [3], Г.Т. Пальчевич [4], Н.В. Янченко, С.О. Безрук, В.А. Орябинська [5], С.Я. Бабінська [6], О.Є. Гарбера [7], А.В. Зябрикова, В.В. Зябриков [8], Л.В. Балабана, А.В. Балабаниць [11].

Низка авторів у своїх дослідженнях приділяє увагу теорії життєвого циклу інновацій. Так, Л.А. Петренко [1] на основі аналізу наукових підходів до змістовного наповнення та структуризації життєвих циклів інновацій пропонує визначальні ознаки інноваційного циклу, доводить первинність диференціації життєвих циклів інновації залежно від моменту їх початку та закінчення щодо інших ознак у процесі побудови класифікацій інноваційних циклів. О.В. Прокопенко та В.Ю. Школа [2] досліджують наукові підходи до трактування поняття життєвого циклу інновації та уточнюють етапи

життєвого циклу інновації. Інші автори розглядають життєвий цикл інноваційного процесу на підприємстві. Зокрема, І.Ю. Мельник, К.О. Бояринова [3] визначають сутність та зміст реалізації інноваційного процесу, його моделі та проблеми реалізації на підприємствах; Г.Т. Пальчевич [4] розглядає економічний зміст інноваційного процесу, досліджує фази життєвого циклу інновацій. Відображено послідовність стадій інноваційного процесу. Такі автори, як Н.В. Янченко, С.О. Безрук, В.А. Орябинська [5], приділяють увагу дослідженню особливостей менеджменту на стадіях життєвого циклу інновацій. С.Я. Бабінська [6] визначає стадії життєвого циклу інноваційних проектів на підприємстві. О.Є. Гарбера [7] розглядає особливості інноваційної діяльності в практиці внутрішнього та міжнародного туризму, а також висвітлює основні стадії інноваційного процесу в туристичній індустрії України.

Однак питання характеристики життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичного підприємства залишаються без уваги.

Метою статті є формування моделі життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичного підприємства та характеристика його етапів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний потенціал підприємства розглядають як комплексну систему, яка складається із сукупності ресурсів (фінансових, кадрових, матеріально-технічних, інформаційних), інноваційних можливостей (клієнтських, ринкових, репутаційних), ступеня готовності до інноваційних перетворень (проектна, інтелектуальна, організаційна та готовність взаємодії). Наявність та узгодженість зазначених елементів дасть змогу визначити механізм подальшого стратегічного розвитку підприємства.

Модель життєвого циклу є важливим інструментом ефективної діагностики для усунення поточних проблем подальшого розвитку на підприємстві. Вона застосовується для опису процесів розвитку економічних систем, на її основі проводиться аналіз факторів, що підвищують їх результативність [7].

Використання теорії життєвого циклу дає змогу замість ранжування навмання показників розставити їх відповідно до специфіки кожної стадії та правильно сформулювати стратегію досягнення поставлених цілей [8, с. 123].

Життєвий цикл інноваційного потенціалу містить п'ять основних етапів, що мають певні закономірності та відмінні риси поведінки туристичного підприємства, таких як формування, розвиток, накопичення, використання, відродження.

Інерційність розвитку інноваційного потенціалу виражається в тому, що якщо якийсь елемент (елементи) запізнюється, то фактично він відповідає попередній стадії розвитку. Приведення цього елемента у відповідність до поточної стадії життєвого циклу дає змогу ліквідувати слабку ланку в управлінні за рахунок синхронізації зміни всіх її елементів, отже, гармонізувати розвиток інноваційно орієнтованого туристичного підприємства.

Ми згодні з думкою про те, що розподіл життєвого циклу на стадії не може бути довільним, адже одна його стадія від іншої повинна якісно відрізнятися за рахунок різних ключових механізмів інноваційного потенціалу. Відзначимо, що опора на численні показники під час визначення стадії життєвого циклу за відсутності єдиної базової концепції, яка пояснювала б якісну відмінність однієї стадії життєвого циклу від іншої, є непродуктивною [8, с. 123–124].

Це означає, що під час ідентифікації стадії життєвого циклу інноваційного потенціалу підприємства слід відмовитися від зазвичай використовуваних координат «час – виручка» й перейти до визначення стадії життєвого циклу на основі показників реалізації інноваційного бренду підприємства.

Згідно із запропонованою моделлю для визначення життєвого циклу інноваційного потенціалу слід використовувати систему координат «час – по горизонталі; рівень реалізації інноваційного бренду туристичного підприємства, який може виражатися через різноманітні економічні показники, зокрема зростання виручки від реалізації інноваційного туристичного продукту, зростання прибутку від реалізації інноваційного туристичного продукту, збільшення частки ринку». Стадії формування інноваційного потенціалу притаманні розроблення та впровадження інноваційного бренду; стадії розвитку та накопичення інноваційного потенціалу – стабілізація конкурентоспроможності інноваційного бренду; стадії використання інноваційного потенціалу – зниження конкурентоспроможності інноваційного бренду; стадії відродження інноваційного потенціалу – формування нового інноваційного бренду.

При цьому стратегічними пріоритетами інноваційного потенціалу на окремих стадіях життєвого циклу можуть бути вибіркове освоєння інноваційного потенціалу задля створення локальних та глобальних туристичних інновацій (стадія формування); створення або залучення наявних складових інноваційного потенціалу підприємства (стадія розвитку); розширення видів та інтенсивності інноваційного потенціалу підприємства (стадія накопичення); інтенсивне

використання інноваційного потенціалу (стадія використання); зміна профіля інноваційного потенціалу з урахуванням нових детермінантів (стадія відродження).

Усі стадії життєвого циклу мають супроводжуватись ефективним управлінням якістю інноваційного потенціалу на підприємстві. Якість інноваційного потенціалу безпосередньо пов'язана із забезпеченням функціонування туристичного підприємства. Управління якістю – це невід'ємна частина загального управління підприємством та одна з гілок його дерева цілей; управління якістю – це система, яка складається з елементів (рис. 1) [9, с. 23].

Ще одним пріоритетом інноваційного потенціалу є управління лояльністю споживачів інноваційно орієнтованого туристичного підприємства, тому що кожна стадія життєвого циклу інноваційного потенціалу безпосередньо впливає на конкурентоспроможність інноваційного бренду цього підприємства (рис. 2).

Проекція ставлення споживачів до бренду туристичного підприємства ілюструє стадію формування інноваційного потенціалу як стадію, яка характеризується високим рівнем інтерактивності споживача, але низькими показниками ступеня залучення споживачів, купівельної активності, рівня задоволеності споживачів та їх сили лояльності, тобто ця стадія є трампліном між традиційною та інноваційно орієнтованою діяльністю туристичних підприємств.

Стадія розвитку інноваційного потенціалу має таку характеристику, як збільшення ступеня залучення й задоволеності споживача,

його купівельної активності та інтерактивності, проте сила лояльності споживача може бути як збільшена, так і знижена. Стадія накопичення інноваційного потенціалу має різновекторну реакцію з боку споживача, адже купівельна активність збільшується, бар'єри переходу до конкурентів знижуються, але ступінь залучення споживачів зменшується, рівень їх задоволеності та лояльності може як збільшуватись, так і зменшуватись. Стадія використання інноваційного потенціалу пов'язана з поглинанням спожитої частини інноваційних ресурсів, тому всі показники лояльності споживачів знижуються. Однак вже на стадії відродження можна говорити про підвищення ступеня залучення споживачів, збільшення рівня їх інтерактивності та задоволеності, що свідчить про циклічний характер стадій життєвого циклу інноваційного потенціалу.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки:

- життєвий цикл інноваційного потенціалу туристичного підприємства містить п'ять основних етапів, таких як формування, розвиток, накопичення, використання, відродження;
- стадії формування інноваційного потенціалу притаманні розроблення та впровадження інноваційного бренду; стадії розвитку та накопичення інноваційного потенціалу – стабілізація конкурентоспроможності інноваційного бренду; стадії використання інноваційного потенціалу – зниження конкурентоспроможності інноваційного бренду; стадії відродження інноваційного потенціалу – формування нового інноваційного бренду;



Рис. 1. Елементи системи управління якістю інноваційного потенціалу

Джерело: складено на основі джерела [10]

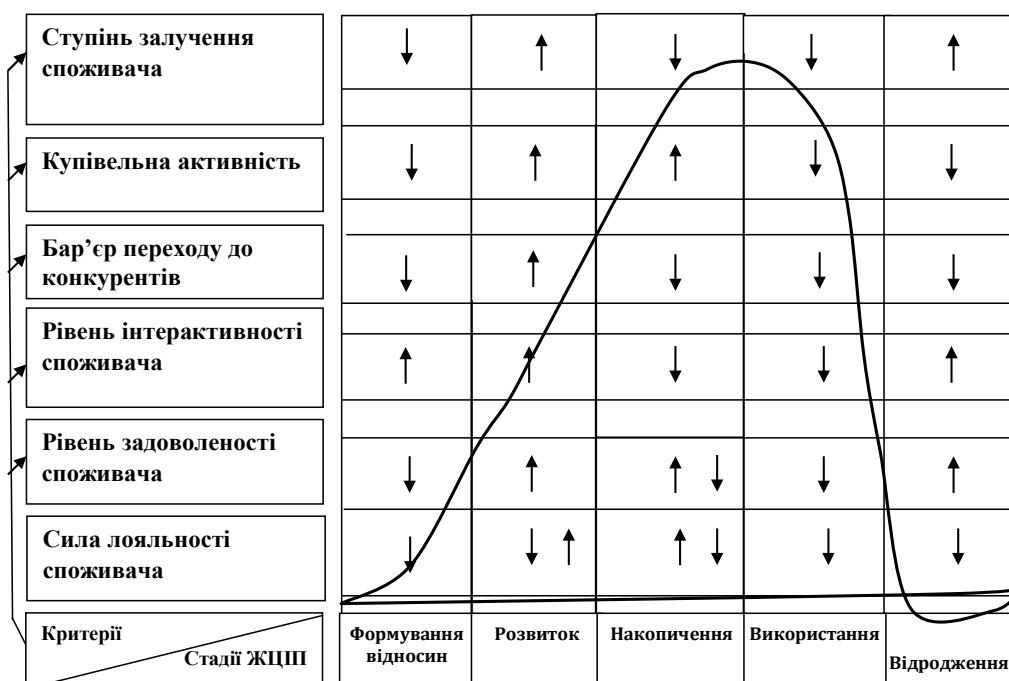


Рис. 2. Проекція ставлення споживачів до інноваційного бренду туристичного підприємства згідно з моделлю життєвого циклу інноваційного потенціалу

Джерело: складено на основі джерела [11, с. 60]

– усі стадії життєвого циклу мають супроводжуватись ефективним управлінням якістю інноваційного потенціалу на підприємстві;
– пріоритетом інноваційного потенціалу є управління лояльністю споживачів інноваційно орієнтованого туристичного підприємства.

Напрямами подальших досліджень має стати конкретизація інноваційного потенціалу туристичного підприємства як складного явища за допомогою морфологічного підходу до визначення та взаємозв'язку його елементів.

Список використаних джерел:

1. Петренко Л.А. Життєві цикли інновацій. *Ефективна економіка*. 2012. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1104> (дата звернення: 23.02.2019).
2. Прокопенко О.В., Школа В.Ю. Наукові підходи до трактування поняття і визначення етапів життєвого циклу інновації. *Економічні інновації*. 2010. Вип. 41. С. 213–223.
3. Мельник І.Ю., Бояринова К.О. Інноваційний процес: наукові підходи та проблеми реалізації. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-14.pdf> (дата звернення: 26.02.2019).
4. Пальчевич Г.Т. Основи організації інноваційного процесу. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/3496/3/Pal.pdf> (дата звернення: 26.02.2019).
5. Янченко Н.В., Безрук С.О., Орябинська В.А. Управління розвитком підприємства за допомогою інновацій. *Молодий вчений*. 2018. № 5.1. С. 102–106.
6. Бабінська С.Я. Сутність та джерела фінансування інноваційних проектів. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. № 5. С. 70–72. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/12-2015/16.pdf> (дата звернення: 26.02.2019).
7. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–32. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2009/9.pdf (дата звернення: 26.02.2019).
8. Зябрикова А.В., Зябриков В.В. Оптимальная траектория жизненного цикла фирмы. *Экономика, управление и учет на предприятии*. С. 123–127. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimalnaya-traektoriya-zhiznennogo-tsikla-firmy> (дата звернення: 18.02.2018).
9. Лойко Д.П., Вотченікова О.В., Удовіченко О.П., Котляр М.А. Управління якістю. Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. 230 с.
10. Гайрбеков М.С. Модернизация туристского комплекса в системе региональной экономики востановительного роста : автореф. дис. ... канд. экон наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: региональная экономика». Ростов-на-Дону, 2012. 28 с.
11. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. Менеджмент взаємодії. Донецьк : ДонНУЕТ, 2014. 188 с.