

## РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

DOI : 10.33274/2079-4762-2019-46-2-114-122

JEL : D04, L21, M21, O32, Z32

УДК: 658.589:338.486.2

Лохман Н. В.,  
канд. екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

### СИСТЕМАТИКА КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

UDC 658.589:338.486.2

Lokhman N. V.,  
PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

### TOURIST ENTERPRISES INNOVATIVE POTENTIAL DEVELOPMENT CONCEPTUAL CONDITIONS SYSTEM

*Мета* — побудувати концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

*Методи.* У процесі дослідження використано прийоми абстракції (для виявлення ключових моментів розуміння інноваційного потенціалу в туристичній галузі), системного аналізу та синтезу (для розроблення концептуальної схеми розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств).

*Результати.* Рушійною силою перетворень в туристичній галузі виступає розвиток інноваційного потенціалу окремих туристичних підприємств, який потребує осмислення та концептуалізації. З урахуванням теоретичних напрацювань, які сформовані в сучасній економічній науці щодо концептуального розуміння розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств необхідно визначити, що інноваційний потенціал в туристичній галузі — це комплексна категорія, яка характеризує можливість і готовність впровадити інноваційний туристичний продукт шляхом застосування наявних та прихованих ресурсів. Концептуальна схема розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств містить такі елементи: передумови (на макро, мезо, мікро рівнях), напрями (інноваційна інфраструктура, інноваційний продукт, організаційні інновації, технологічні інновації, маркетингові інновації), мотиви (перенасичення населення багатьма стандартизованими туристичними продуктами, зростання потреби населення в знайомстві зі способом життя в інших регіонах і одержанні нових знань, технологічна революція й експансія послуг в економіці), тенденції (електронна торгівля туристичним продуктом, створення віртуальних туристичних фірм), принципи (загальні, спеціальні, специфічні), методи (економічні, управлінські, ринкові), проблеми (відсутність комплексної програми розвитку на рівні підприємства, застаріла матеріально-технічна база інноваційного потенціалу підприємства, брак кваліфікованих кадрів з формування та використання інноваційного потенціалу, високий ступінь ризику інноваційних перетворень), інформаційне забезпечення, результати (формування інноваційного туристичного продукту, розвиток клієнтського потенціалу, створення позитивної репутації, сприяння популярності туристичного бренду) розвитку. Розвиток інноваційного потенціалу туристичних підприємств має спиратися на діалектичний зв'язок вказаних елементів.

*Ключові слова:* інноваційний потенціал, туристична галузь, туристичне підприємство, концептуальна схема, розвиток.

*Постановка проблеми.* «Сучасні трансформаційні процеси, які відбуваються в туристичній галузі, є поштовхом як до радикальних, так і до незначних інновацій на окремих ту-

ристичних підприємствах. Від інноваційного потенціалу ці суб'єкти очікують бажаних результатів, які виражаються в отриманні ефекту. Вважається, що інноваційний потенціал є головною умовою існування туристичного підприємства та необхідною передумовою створення і комерціалізації інноваційного туристичного продукту, який є результатом діяльності цього підприємства» [1–3, 5, 7–8, 10–12, 14–16].

Складність та тривалість інноваційного процесу на тлі впливу дестабілізуючих факторів вітчизняної економіки стають причиною значних труднощів щодо вибору та впровадження оптимальних інновацій. Це зумовлює необхідність комплексного, виваженого, системного розуміння розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З урахуванням теоретичних напрацювань, які сформовані в сучасній економічній науці щодо концептуального розуміння розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, необхідно визначити, що серед науковців немає єдиного підходу до розуміння цього процесу.

«Теоретико-методологічному забезпеченню розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств присвячені наукові праці деяких вчених» [2, 3, 5–8, 10–12], таких як: О. Давидова, Ю. З. Драчук, І. І. Дульцева, О. М. Кальченко, Т. Beck, L. Ross, L. Norman, О. П. Крупський, Г. І. Михайліченко, О. Панухник. Ці автори приділяли увагу питанням визначенню та семантичному аналізу категорії «інноваційний потенціал» у туристичній галузі. Визначення передумов і спонукальних причин розвитку інноваційного потенціалу досліджувалось у роботах Ю. Б. Миронова, Г. І. Михайліченко, В. І. Карюк, В. В. Прохорової, О. Ю. Давидової, В. М. Проценко, О. В. Фарат, М. В. Марушак. Мотиви розвитку інноваційного потенціалу були розглянуті О. П. Крупським та Б. М. Мізюк, Б. Я. Полотай. В роботах Н. Н. Гуржий, А. В. Третинко, О. П. Крупського, К. Б. Герасимова, В. І. Карюк, М. М. Романової було розглянуто принципи, проблеми та результати розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Однак формування системного розуміння концептуальних засад розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств є невизначеним у науковій літературі.

**Мета статті** — побудова концептуальної схеми розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** «Проведений моніторинг понять інноваційного потенціалу в туристичній галузі [2, 3, 5–8, 10–12] дав змогу виявити ключові моменти розуміння цього поняття, а саме:

- інноваційний туристичний потенціал пропонується розуміти як взаємодію ресурсів і можливостей інновацій в туризмі на усіх рівнях його функціонування;

- інноваційний туристичний потенціал на макрорівні забезпечує формування певної платформи для розвитку інноваційного туристичного бізнесу;

- інноваційний потенціал регіону забезпечує спроможність використовувати інноваційні ресурси на підприємствах цього регіону;

- інноваційний потенціал туристичного регіону визначає можливості інноваційного розвитку туристичних підприємств регіону;

- інноваційний туристичний потенціал на рівні кластера орієнтується на кооперацію ресурсного забезпечення організацій туристичної галузі;

- інноваційний потенціал туризму на рівні організації втілює можливість використання ресурсів інноваційного потенціалу;

- інноваційний ресурсний потенціал туристичного підприємства характеризує використання інноваційних ресурсів на підприємстві;

- інноваційний потенціал туристичного підприємства за допомогою наявності і застосування організаційної культури формує інноваційний туристський продукт шляхом використання інноваційного потенціалу;

- інноваційний потенціал готельно-ресторанного комплексу запроваджує інноваційну діяльність на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу як складової туристичної галузі;

- інноваційний потенціал туристичної діяльності підприємства сприяє формуванню інноваційної сфери в туризмі;

- інноваційний потенціал туристичного бізнесу шляхом перетворення і раціоналізації досвіду інновацій у туризмі організовує взаємодію інноваційно орієнтованих туристичних підприємств» [2, 3, 5–8, 10–12].

Таким чином, генезис інноваційного потенціалу в туристичній галузі базується

на вище наданих ознаках і дає можливість сформулювати власну думку щодо цього поняття. Інноваційний потенціал у туристичній галузі — це комплексна категорія, яка характеризує можливість і готовність впровадити інноваційний туристичний продукт шляхом застосування наявних та прихованих ресурсів.

З кожним роком дедалі більше підприємств туристичної галузі звертаються до переваг інноваційних перетворень, що надають можливість покращити показники прибутку, підвищити імідж в очах потенційних та ключових клієнтів і бізнес-партнерів, швидко вийти на нові, раніше не досяжні ринки. Рушійною силою цих перетворень виступає розвиток інноваційного потенціалу, який потребує осмислення та концептуалізації.

Концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств пропонуємо розглядати у розрізі поданих на рис. 1 передумов, напрямів, мотивів, тенденцій, принципів, методів, проблем, результатів розвитку.

Зауважимо, що «розвиток інноваційного потенціалу туристичних підприємств повинен спиратися на діалектичний зв'язок передумов різних рівнів. На макрорівні визначено такі передумови» [10, 14]:

- «нові напрями розвитку науки і техніки, поява нових технологій;
- економіко-політична ситуація в країнах світу;
- прагнення туристичних підприємств закріпитись на ринку, боротьба за виживання та лідерство;
- зміна ситуації на ринку туристичних послуг: зміна структури попиту, поява нових туристичних маршрутів та нових вимог до якості туристичних продуктів з боку споживача;
- розроблення державних концепцій розвитку туризму, прийняття нових нормативно-правових актів із соціально-економічних питань, зокрема таких, які визначають економічні і політичні принципи функціонування туристичних підприємств;
- впровадження інновацій у діяльність підприємств, які тісно пов'язані зі сферою туризму (готелі, оздоровчі заклади, транспортні, телекомунікаційні компанії та ін.);
- нововведення на міжнародному рівні, нові форми економічних взаємовідносин, рі-

шення, прийняті міжнародними та регіональними туристичними організаціями;

— форс-мажорні обставини: терористичні акти, екологічні та техногенні катастрофи тощо» [9].

На рівні галузі [18] пропонуються такі передумови розвитку інноваційного потенціалу туристичного підприємства:

- активізація публікацій у мережі Інтернет з висвітленням переваг того чи іншого туристичного продукту;
- участь у професійних виставках на основних вітчизняних та закордонних туристичних ринках для пропаганди туристичного потенціалу;
- підтримка галузей і виробництв, що є постачальниками товарів та послуг для підприємств туристичної індустрії (кафе, ресторанів, кінотеатрів, побутових послуг);
- розвиток інноваційних видів туризму шляхом проведення різноманітних конференцій та інших ділових та наукових заходів;
- створення ефективної системи підготовки, перепідготовки кваліфікованих працівників у галузі туризму.

«Передумовами розвитку інноваційного потенціалу на рівні підприємства виступають управлінські, кадрові та фінансові складові:

- ставлення працівників підприємства до нововведень, їх кваліфікація, досвід;
- ставлення вищого керівництва підприємства до нововведень;
- система управління інноваціями;
- інвестиції» [16].

«Мотивами розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств можна назвати такі:

- перенасичення населення багатьма стандартизованими туристичними продуктами;
- зростання потреби населення в ознайомленні зі способом життя в інших регіонах і одержанні нових знань;
- технологічна революція й експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту;
- інші» [7, 15].

Методологічні позиції відносно напрямів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств дещо розбіжні.

У сучасних умовах функціонування інноваційно орієнтованих підприємств ви-

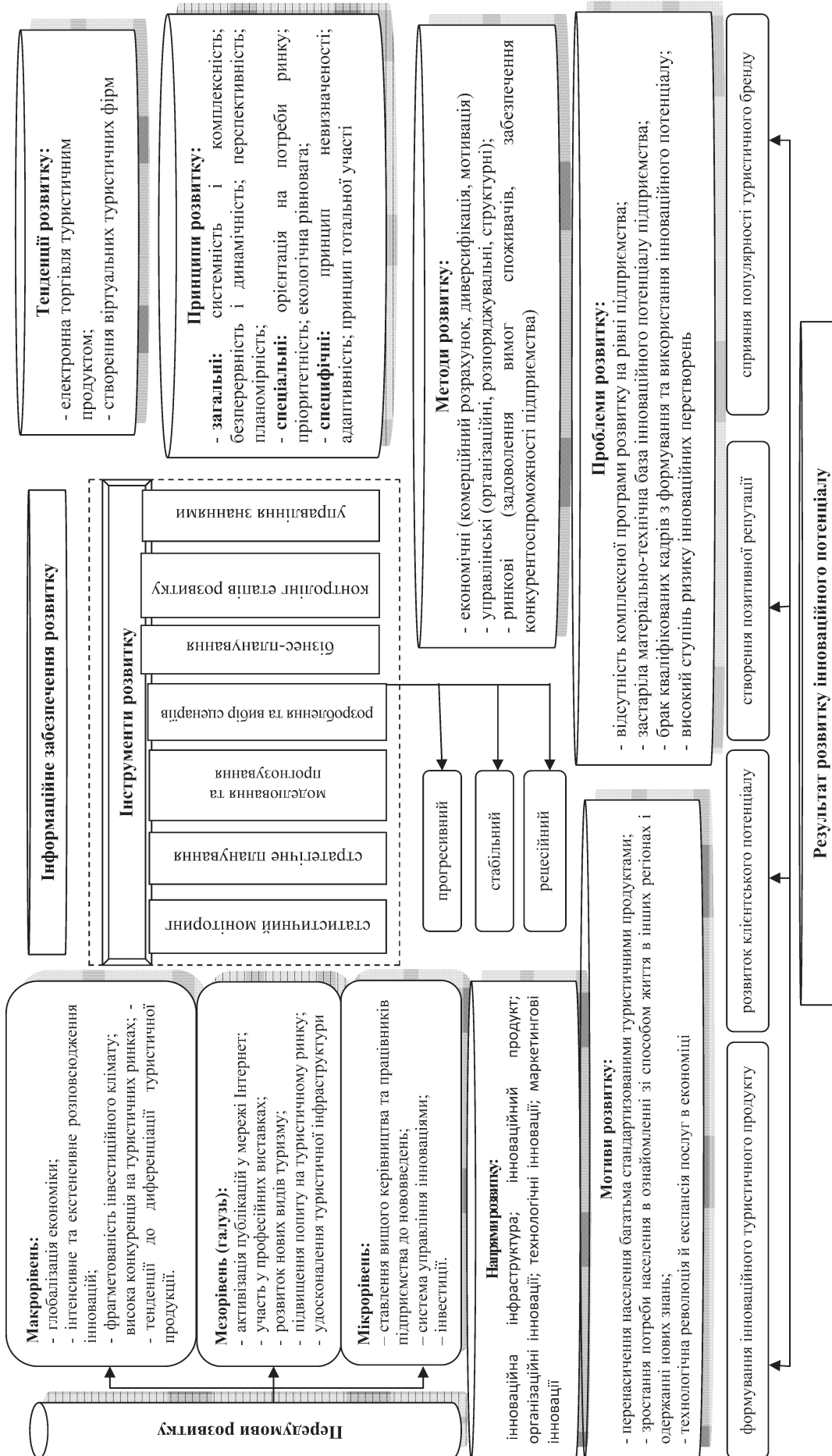


Рис. 1. Концептуальна схема розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств [1, 4, 7, 9, 10, 13–18]

окремлюють такі напрями розвитку: «1) межа інноваційної інфраструктури; 2) межа інноваційних продуктів; 3) межа організаційних нововведень; 4) межа технологічних інновацій; 5) межа маркетингових інновацій» [4].

«Група авторів [1, 7, 13] бачить такі напрями розвитку: 1) випуск нових видів туристичного продукту; 2) застосування нових технологій і техніки при формуванні традиційних видів туристичного продукту; 3) залучення на туристичному підприємстві раніш не використаних ресурсів; 4) організаційні зміни у виробництві і споживанні традиційного туристичного продукту; 5) новий менеджмент; 6) новий маркетинг» [1, 7, 13].

М. М. Романова, спираючись на Положення Світової організації торгівлі «пропонує розвиток інноваційного потенціалу за такими напрямками: структура управління; кадрова політика; економічна і фінансова діяльність; маркетинг тощо» [17].

Подібної позиції дотримується О. П. Крупський [7], виокремлюючи наступні напрямки: організаційні; технологічні; комерційні; фінансові.

Щодо визначення принципів розвитку інноваційного потенціалу, то найбільш змістовно їх було наведено в роботі В. І. Карюк «Інновації як фактор розвитку сучасного туризму в Україні»:

— «системність і компетентність: передбачає розуміння інноваційного потенціалу як окремої, цілісної системи, яка складається із сукупності елементів, які взаємопов'язані та взаємозалежні і створюють певну єдність;

— безперервність і динамічність: розвиток повинен здійснюватися безперервно і динамічно;

— перспективність: розвиток повинен мати різні узгоджені горизонти планування (довгострокові та короткострокові);

— планомірність: формування інноваційної політики з метою її реалізації через систему планування;

— орієнтація на потреби ринку: інноваційний потенціал має гнучко та швидко реагувати на зміни ринку через задоволення нових потреб споживачів;

— пріоритетність: пріоритет інноваційного над традиційним; вибір конкретних шляхів розвитку;

— екологічність: розвиток інноваційного потенціалу має ґрунтуватися на покращен-

ні екологічного стану підприємства, впровадженні нових ресурсозберігаючих технологій;

— невизначеність: розвиток інноваційного потенціалу схильний до ризику, тому має бути план зниження ризику;

— адаптивність: передбачає внесення змін у процес розвитку інноваційного потенціалу у зв'язку зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі;

— тотальна участь: забезпечує залучення до розвитку інноваційного потенціалу всього персоналу підприємства» [14, с. 111–112].

Ґрунтуючись на авторському баченні методів розвитку інноваційного потенціалу, можливо виділити такі: економічні, управлінські, ринкові методи. Виходячи з такого бачення, як інструментів розвитку інноваційного потенціалу запропоновано теоретичні та практичні інструменти, які використовуються в економіці, статистиці, управлінні, маркетингу: статистичний моніторинг, стратегічне планування, моделювання та прогнозування, розробка та вибір сценаріїв, бізнес-планування, контролінг етапів розвитку, управління знаннями.

Аналіз низки наукових робіт [7, 9, 16, 17] дозволяє виявити проблеми розвитку інноваційного потенціалу, які пов'язані з «професійною культурою менеджерів, нестачею фінансування, недосконалістю кадрової політики на туристичному підприємстві; відсутністю зв'язків із продуцентами інновацій у туристичному просторі; недосконалістю державної політики з підтримки інноваційного розвитку; неспроможність туристичних підприємств передбачити і подолати ризику тощо» [7, 9, 16, 17].

Результатом розвитку інноваційного потенціалу можуть виступати: «формування інноваційного туристичного продукту; розвиток клієнтського потенціалу; створення позитивної репутації; сприяння популярності туристичного бренду» [7, 14].

**Висновки.** Розвиток інноваційного потенціалу в туристичній галузі як комплексна категорія, яка характеризує можливість і готовність впровадити інноваційний туристичний продукт шляхом застосування наявних та прихованих ресурсів, у рамках діяльності підприємства має такі концептуальні елементи: передумови (на макро-, мезо-, мікрорівнях), напрями (інноваційна інфраструктура, інноваційний продукт, організаційні іннова-

ції, технологічні інновації, маркетингові інновації), мотиви (перенасичення населення багатьма стандартизованими туристичними продуктами, зростання потреби населення в ознайомленні зі способом життя в інших регіонах і одержанні нових знань, технологічна революція й експансія послуг в економіці), тенденції (електронна торгівля туристичним продуктом, створення віртуальних туристичних фірм), принципи (загальні, спеціальні, специфічні), методи (економічні, управлінські, ринкові), проблеми (відсутність комплексної програми розвитку на рівні підприємства, застаріла матеріально-технічна база інноваційного потенціалу підприємства, брак кваліфікованих кадрів з формування та використання інноваційного потенціалу, високий ступінь ризику інноваційних перетворень), інформаційне забезпечення, результати (формування інноваційного туристичного продукту, розвиток клієнтського потенціалу, створення позитивної репутації, сприяння популярності туристичного бренду) розвитку, що дозволило довести перманентність розвитку інноваційного потенціалу досліджуваних підприємств. Перспективами подальших наукових розробок має стати конкретизація інформаційного забезпечення розвитку інноваційного потенціалу через побудову інформаційного плато створення інновацій.

#### Список літератури / References

1. Гуржий Н. Н., Третинко А. В. Инновационные технологии в туристической индустрии. *Устойчивое развитие экономики*. 2013. №3. С. 221–224.
2. Gurzhiy, N. N., Tretinko, A. V. (2013). *Innovatsionnyye tekhnologii v turisticheckoy industrii* [Innovative technologies in the tourism industry]. *Ustoychivoye razvitiye ekonomiki* [Sustainable economy], no. 3, pp.112–116.
3. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2015. Вип. 7 (172). С. 65–69 URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2015\\_7\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11) (дата звернення 14.08.2018).
4. Davydova, O. (2015) *Osoblyvosti zastosovannya innovatsiy u rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrainy* [Features of the application of innovations in the development of tourism industry in Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka* [Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv], no. 7 (172), pp. 65–69. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2015\\_7\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11)
5. Драчук Ю. З., Дульцева І. І. Напрями вдосконалення розвитку сфери туризму на засадах інноваційних маркетингових технологій. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. № 1 (43). С. 115–119.
6. Drachuk, Yu. Z., Dultseva, I. I. (2016). *Napryamy vdoskonalennya rozvytku sfery turyzmu na zasadakh innovatsiynykh marketynhovykh tekhnolohiy* [Areas of improvement of tourism development on the basis of innovative marketing technologies] *Ekonomichnyy visnyk Donbasu* [Economic Bulletin Donbass], no. 1 (43), pp.115–119.
7. Jasiński A. H. *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku. Książka i Wiedza*. Warszawa. 2002. URL : <https://integro.ciniba.edu.pl/integro/42100131458/jasinski-andrzej-henryk/przedsiębiorstwo-innowacyjne-na-rynku>.
8. Кальченко О. М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2011. № 4 (54). С. 147–155.
9. Kalchenko, O. M. (2011) *Teoretychni aspekty innovatsiynoi diyalnosti pidpryyemstv turystychnoyi haluzi* [Theoretical aspects of innovative activity of enterprises of tourism industry]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu* [Bulletin of the Chernihiv State Technological University], no. 4 (54), pp. 147–155.
10. Beck, T., Ross, L., Norman, L. Finance and the Sources of Growth tourism. *Journal of Financial Economics*. 2000. № 58. P. 261–300
11. Крупський О. П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Вип.4. Т. 22. С. 64–71. URL : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/krupskyj.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/krupskyj.htm) (дата звернення: 27.04.2018).
12. Krupskyy, O. P. (2015). *Kontseptualni zasady upravlinnya innovatsiynoyu diyalnistyu turystychnykh pidpryyemstv* [Conceptual principles of management of innovative activity of tourist enterprises]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya: Menedzhment innovatsiy* [Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Innovation Management], no. 4. T. 22. pp. 64–74. Available at : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/krupskyj.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/krupskyj.htm).

8. Крупський О. П. Організаційна культура туристичного підприємства як індикатор його інноваційного потенціалу. *Бізнес-інформ*. 2014. № 9. С. 200–204. URL: <https://www.researchgate.net/publication/298011106> (дата звернення 17.08.2018).

Krupskyy, O. P. (2014). *Orhanizatsiyna kultura turystychnoho pidpryyemstva yak indyikator yoho innovatsiynoho potentsialu* [Organizational culture of the tourist enterprise as an indicator of its innovative potential]. *Biznes-inform* [Business Inform], no. 9. pp. 200–204. Available at: <http://www.researchgate.net/publication/298011106>.

9. Миронов Ю. Б. Особливості використання інвестицій у спеціальній економічній зоні «Курортполіс Трускавець». *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2014. Вип. 19. С. 439–443. URL : <http://www.infotour.in.ua/invest.htm> (дата звернення: 26.06.2018).

Myronov, Yu. B. (2014). *Osoblyvosti vykorystannya investytsiy u spetsialniy ekonomichniy zoni «Kurortopolis Truskavets»* [Features of the use of investments in the special economic zone «Kurortopolis Truskavets»]. *Visnyk Lvivskoyi komertsyynoyi akademiyi. Seriya ekonomichna* [Visnyk of the Lviv Commercial Academy. The series is economical], no. 19. pp. 439–443. Available at : <http://www.infotour.in.ua/invest.htm>.

10. Михайліченко Г. І. Туристичний потенціал: методи оцінювання та інноваційний розвиток. *Проблеми економіки*. 2013. №1. С. 115–123. URL : [http://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2013-1\\_0-pages-115\\_123.pdf](http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2013-1_0-pages-115_123.pdf) (дата звернення 22.08.2018).

Mykhaylichenko, H. I. (2013). *Turystychnyy potentsial: metody otsinyuvannya ta innovatsiynyy rozvytok* [Tourist potential: evaluation methods and innovative development]. *Problemy ekonomiky* [Problems of the economy], no. 1. pp. 115–123. Available at: [http://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2013-1\\_0-pages-115\\_123.pdf](http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2013-1_0-pages-115_123.pdf)

11. Мілашовська О. І., Грянило А. В., Удут М. М. Інноваційний потенціал підприємств готельно-ресторанного бізнесу регіону. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 431–435.

Milashovska, O. I., Hryanylo, A. V., Udut, M. M. (2017). *Innovatsiynyy potentsial pidpryyemstv hotelno-restorannoho biznesu rehionu* [Innovative potential of enterprises of hotel and restaurant business of the region]. *Ekonomika i*

*suspilstvo* [Economics and Society], no. 8 (44), pp. 431–435.

12. Панухник О. Інноваційний потенціал регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу: передумови формування та векторність управління. *Галицький економічний вісник*. 2015. № 2 (49). С. 5–12.

Panukhnyk, O. (2015). *Innovatsiynyy potentsial rehionalnoho rozvytku turyzmu ta rekreatsiyi iz zaluchennyam molodizhnoho resursu: peredumovy formuvannya ta vektornist upravlinnya* [Innovative potential of regional development of tourism and recreation with attraction of youth resource: preconditions of formation and vector management]. *Halytskyy ekonomichnyy visnyk* [Galician Economic Herald], no. 2 (49), pp. 5–12.

13. Герасимов К. Б. Інноваційний потенціал управління операціями організації: [монографія]. Самара : МАКУ. САГМУ, 2010. 216 с.

Gerasimov, K. B. (2010). *Innovatsionnyy potentsial upravleniya operatsiyami organizatsii* [Innovative management potential of the organization]. Samara, MAKU, 216 p.

14. Карюк В. І. Інновації як фактор розвитку сучасного туризму в Україні. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2016. Вип. 2. С. 108–118. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpe\\_2016\\_2\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpe_2016_2_13) (дата звернення 25.08.2018).

Karyuk, V. I. (2016). *Innovatsii yak faktor rozvytku suchasnoho turyzmu v Ukraini*. [Innovations as a factor in the development of modern tourism in Ukraine]. *Teoretychni ta prykladni pytannya ekonomiky* [Theoretical and applied issues of economics], no. 2, pp. 108–118. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpe\\_2016\\_2\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpe_2016_2_13).

15. Мізюк Б. М., Полотай Б. Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 51. С. 45–49.

Mizyuk, B. M., Polotay, B. Ya. (2016). *Osoblyvosti zaprovadzhennya innovatsiy u turystychniy industriyi* [Features of introduction of innovations in the tourism industry]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Visnyk of Lviv Trade and Economic University. Economic Sciences], no. 51, pp.45–49.

16. Прохорова В. В., Давидова О. Ю., Проценко В. М. Інноваційні стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії як кре-

ативна форма організації підприємницької діяльності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 207–215.

Prokhorova, V. V., Davydova, O. Yu., Protsenko, V. M. (2018). *Innovatsiyi stratehiyi rozvytku pidpryyemstv turystychnoyi industriyi yak kreatyvna forma orhanizatsiyi pidpryyemnytskoyi diyalnosti* [Innovative strategies for the development of tourist industry enterprises as a creative form of entrepreneurial activity]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Bulletin of the Economy of Transport and Industry], no. 63, pp. 207–215.

17. Романова М. М. Инновации в индустрии туризма. Инновации в науке: Сб. ст. по материалам XXIX междунар. науч.-практ. конф. (29 января 2014 г.). Новосибирск : Изд. СибАК. 2014. №1 (26). URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/romanova2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/romanova2.htm) (дата звернення 12.07.2018).

Romanova, M. M. (2014). *Innovatsii v industrii turizma* [Innovation in the tourism industry]. *Teoretychni ta prykladni pytannya ekonomiky Innovatsii v nauke: Sb.st.po materialam XXIX mezhdnarn.auch.-prakt.konf. (29 yanvary 2014)*. Novosibirsk: Izd. SibAK. №1 (26). Available at: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/romanova2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/romanova2.htm).

18. Фарат О. В., Марущак М. В. Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі Львівського регіону. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_2\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_29) (дата звернення 12.07.2018).

Farat, O. V., Marushchak, M. V. (2012). *Innovatsiyi napryamy rozvytku turystychnoyi haluzi Lvivskoho rehionu* [Innovative directions of development of tourist industry of Lviv region]. *Ekonomika. Upravlinnya. Innovatsiyi* [Economy. Management. Innovations], no. 2. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_2\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_29).

**Objective.** *To construct a conceptual scheme of development of innovative potential of tourist enterprises.*

**Methods.** *In the course of the research, abstraction techniques were used (to identify key moments in understanding the innovative potential in the tourism industry), system analysis and synthesis (for developing a conceptual scheme for the development of the innovative potential of tourism enterprises).*

**Results.** *The driving force behind the transformations in the tourism industry is the development of the innovative potential of individual tourist enterprises, which needs to be understood and conceptualized. Taking into account theoretical developments, which are formed in modern economic science in terms of conceptual understanding of the development of innovative potential of tourist enterprises, it is necessary to determine that the innovative potential in the tourism industry is a complex category that characterizes the possibility and readiness to implement an innovative tourism product through the use of available and hidden resources. The conceptual scheme of the development of the innovative potential of tourist enterprises includes the following elements: preconditions (macro, meso, micro levels), directions (innovation infrastructure, innovative product, organizational innovations, technological innovations, marketing innovations), motives (population overflow by many standardized tourist products, growth the needs of the population in acquaintance with the way of life in other regions and the acquisition of new knowledge, technological revolution and the expansion of services in the economy), trends (electron (trade, tourism product, creation of virtual tourist firms), principles (general, special, specific), methods (economic, managerial, market), problems (absence of complex program of development at the enterprise level, outdated material and technical base of innovation potential of the enterprise, lack of qualified personnel on the formation and use of innovative potential, high degree of risk of innovation transformation), information provision, results (formation of innovative tourism product, roses ytok potential client, creating a positive image, promoting tourism brand popularity) development.*

*The development of the innovative potential of tourism enterprises should be based on the dialectical connection of these elements.*

**Key words:** *innovative potential, tourism industry, tourism enterprise, conceptual scheme, development.*

**Цель** — *построить концептуальную схему развития инновационного потенциала туристических предприятий.*

**Методы.** *В процессе исследования использованы приемы абстракции (для выявления ключевых моментов понимания инновационного потенциала в туристической отрасли), системного анализа и синтеза (для разработки концептуальной схемы развития инновационного потенциала туристических предприятий).*

**Результаты.** *Движущей силой преобразований в туристической отрасли выступает развитие инновационного потенциала отдельных туристических предприятий, который требует осмысления и концептуализации.*



*С учетом теоретических наработок, которые сформированы в современной экономической науке для концептуального понимания развития инновационного потенциала туристических предприятий, необходимо отметить, что инновационный потенциал в туристической отрасли — это комплексная категория, характеризующая возможность и готовность внедрить инновационный туристический продукт путем применения имеющихся и скрытых ресурсов.*

*Концептуальная схема развития инновационного потенциала туристических предприятий содержит следующие элементы: предпосылки (на макро-, мезо-, микроуровнях), направления (инновационная инфраструктура, инновационный продукт, организационные инновации, технологические инновации, маркетинговые инновации), мотивы (перенасыщение населения многими стандартизированными туристическими продуктами, рост потребности населения в знакомстве с образом жизни в других регионах и получении новых знаний, технологическая революция и экспансия услуг в экономике), тенденции (электронная торговля туристическим продуктом, создание виртуальных туристических фирм), принципы (общие, специальные, специфические), методы (экономические, управленческие, рыночные), проблемы (отсутствие комплексной программы развития на уровне предприятия, устаревшая материально-техническая база инновационного потенциала предприятия, нехватка квалифицированных кадров по формированию и использованию инновационного потенциала, высокая степень риска инновационных преобразований), информационное обеспечение, результаты (формирование инновационного туристического продукта, развитие клиентского потенциала, создание положительной репутации, содействие популярности туристического бренда) развития.*

*Развитие инновационного потенциала туристических предприятий должно опираться на диалектическую связь указанных элементов.*

**Ключевые слова:** *инновационный потенциал, туристическая отрасль, туристическое предприятие, концептуальная схема, развитие.*

**Надійшла до редакції 29.11.2019**