

**УДК 338.486**

**Королюк С.Р., Малюта Л. Я.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

**Koroliuk S.R., Maliuta L.Ya.**

### **INNOVATIVE ASPECTS OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE TOURIST MARKET OF UKRAINE**

Як відомо, розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення стратегічних напрямів діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях і мають інноваційний характер. Власне інноваційний характер виробництва та надання послуг, як зазначалось раніше у наших дослідженнях, є одним з найвагоміших факторів, що визначають успіх підприємства в ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність. Особливої уваги цей чинник набуває в умовах ринкової трансформації національної економіки, коли інновації слід розглядати як ресурс підвищення конкурентоспроможності продукції окремих підприємств, галузей та промисловості в цілому не лише на вітчизняному ринку, але й на міжнародному [1].

Дослідженню сутності категорії «розвиток підприємства» у теоретико-прикладному контексті присвячені роботи багатьох науковців. Зокрема, Е. М. Коротков [2, с. 296] визначає розвиток підприємства як сукупність змін, які ведуть до появи нової якості та зміцнення життєвої системи, її здатність чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища. В. Кифяк [3, с. 192] відмічає, що кількісні та якісні зміни, що формуються внаслідок взаємодії підсистем, передумов, факторів та принципів, спрямовані на досягнення пріоритетів підприємства. Не можна не погодитися, що саме таке розуміння вказує на необхідність управління розвитком підприємства, адже формування його вектору й траєкторії має підпорядковуватися цілям і пріоритетам підприємства. Акцент на циклічний характер розвитку простежується в дослідженнях О.Є.Кузьміна [4], який обґрунтовує, що особливості діяльності підприємства залежать від стадії його життєвого циклу. Б. Мільнер розглядає розвиток підприємства як життєвий цикл, що має фази виникнення, зростання, зрілості і занепаду [5].

Ю. А. Плугіна [6, с. 194] стверджує, що в сучасних умовах господарювання розвиток підприємства здійснюються на основі ефективного використання інтелектуально-кадрових ресурсів та інформаційних технологій.

Аналізуючи дослідження, проведені А.Р. Дунською [7], бачимо що авторка розглядає розвиток підприємства в трьох основних аспектах:

1) технічний (науково-технічний) розвиток – спрямований на вдосконалення якості продукції, технології, послуг за рахунок впровадження техніко-технологічних нововведень;

2) ринковий розвиток – полягає в розширенні сфери споживачів, збільшенні частки ринку тощо;

3) організаційний розвиток – зорієнтований на розвиток окремого працівника, групи, вдосконалення системи та процесів управління тощо.

Кожен з цих аспектів розвитку має інноваційний характер. Отже, можна стверджувати, що базовим елементом процесу розвитку підприємств будь якої галузі національної економіки, у тому числі й індустрії гостинності, є нововведення.

Слід зазначити також, що у контексті дослідження проблем стратегічного розвитку підприємств на туристичному ринку України, особливу увагу необхідно звернути власне на другий та третій аспекти – ринковий та організаційний.

Результати моніторингу готельного ринку України показали, що існують такі вітчизняні підприємства гостинності, в яких технічний аспект розвитку знаходяться на високому рівні, тим не менше, щоб знайти інформацію про вищезгадані заклади потрібно задіяти чимало зусиль.

Прикладами таких готелів є «Verholy Relax Park», «Хижина спа», «Карпатський», «GoodZone» – і це зовсім невичерпний перелік готелів.

Аспекти ринкового та організаційного розвитку стали значною проблемою для згаданих категорій готелів.

Невміле або неповне використання інструментарію SEO, SEA, SMM, SMO, SEM або навіть неправильне комбонування даних технологій призводить до незначного охоплення потенційної аудиторії користувачів готельних послуг. Відповідно дана проблема зумовлена прогалинами у системі управління готелем, що формує негативний вплив на аспект організаційного розвитку в цілому.

Свою чергою, взаємозалежність факторів організаційного та ринкового розвитку призвели до проблемного функціонування останнього з них.

Основними кроками до подолання вищезгаданих проблем можуть стати: оновлення системи управління готелем, особливо засобів та методів просування продукту, підбір висококваліфікованих спеціалістів з просування готельних послуг в «Інтернеті», надання компліментарних послуг, виступатиме прояв політики гедонізації відпочинку та сприятиме створенню позитивного іміджу готелю в очах клієнта.

Реалізація розвитку підприємства за допомогою стратегічного управління готельним господарством можлива лише за умови, якщо воно є стратегічно орієнтованим, в якому кадри мають стратегічне мислення, де існує система стратегічного планування, що надає можливість розробляти і використовувати інтегровану систему стратегічних планів, а поточна діяльність, спрямована на досягнення стратегічних цілей [8].

В рамках вищезгаданого підходу слід зазначити, що перманентний розвиток підприємства є обов'язковою умовою його ефективного функціонування на ринку, а інтенсивність, спрямованість та траєкторія розвитку визначається сукупністю факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малюта Л. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства // Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 1(4). 2011. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011>
2. Коротков Э. М. Концепция менеджмента. М.: Дека, 1997. 304 с.
3. Кифяк В. Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства» // Економічний аналіз. Тернопіль, 2011. Вип. 8, ч. 2. С. 190–194.
4. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту : підруч. Київ : Академвидав, 2003. 416 с.
5. Мильнер Б. З. Евенко Л. И. Системный подход и организация. М. : Экономика, 1983. 224 с.
6. Плугіна Ю. А. Интеллектуальный розвиток: сутність поняття // Вісн. економіки транспорту і промисловості. Харків, 2011. № 36. С. 193–196.
7. Дунська А.Р. Інноваційна стратегія як сучасний інструмент управління розвитком підприємства URL: [http://www.confcontact.com/20101008/5\\_dunaska.htm](http://www.confcontact.com/20101008/5_dunaska.htm)
8. Ремеслова О.Л. Стратегічне управління підприємством готельного господарства: автореф: Ремеслова О.Л. ДНУЕТ. Донецьк, 2010. 22 с.