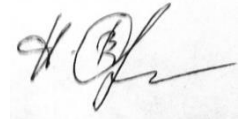


**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»**

ЛОХМАН НАТАЛЯ ВОЛОДИМИРІВНА



УДК: 338.48:330.341.1

**РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Дніпро – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Вищому навчальному закладі «Університет імені Альфреда Нобеля».

Науковий консультант: доктор економічних наук, професор
Павлова Валентина Андріївна,
Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля», завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Теребух Андрій Андрійович,
Національний університет «Львівська політехніка» Міністерства освіти і науки України, завідувач кафедри туризму;

доктор економічних наук, професор
Давидова Оксана Юріївна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України, професор кафедри готельного і ресторанного бізнесу;

доктор економічних наук
Яровий Вадим Федорович,
Херсонський державний університет Міністерства освіти і науки України, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу.

Захист дисертації відбудеться 28 листопада 2019 р. о 13.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 08.120.01 у Вищому навчальному закладі «Університет імені Альфреда Нобеля» за адресою: 49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18, зал засідань вченої ради.

З дисертацією можна ознайомитись на сайті <http://www.duan.edu.ua> та в бібліотеці Вищого навчального закладу «Університет імені Альфреда Нобеля» за адресою: 49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18.

Автореферат розісланий 25 жовтня 2019 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



М.М. Вакулич

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Обґрунтування вибору теми дослідження. На сучасному етапі інноваційні перетворення стають важливою умовою розвитку національної економіки та її первинних ланок – підприємств. Ефективна система формування та використання інноваційного потенціалу є підґрунтям вибору інноваційної політики. Разом з цим інноваційний потенціал являє собою складну, багатоаспектну та різновекторну категорію. Активізація його розвитку дозволяє забезпечувати тривале ефективне функціонування підприємств відповідно до інноваційного вектора й отримувати бажаний економічний результат в умовах сучасної жорсткої конкурентної боротьби.

У туристичній галузі як у досить новому та динамічному секторі економіки існує багато суттєвих проблем, вирішення яких може бути здійснене за рахунок розширення інноваційної діяльності туристичних підприємств, зокрема розвитку їхнього інноваційного потенціалу. Цей процес на сьогодні характеризується, з одного боку, можливістю накопичення значного інноваційного потенціалу, а з іншого – низьким рівнем ефективності його використання. Тож формування інноваційного потенціалу на туристичних підприємствах пов'язане, перш за все, з пошуком оптимальної моделі його розвитку.

У зв'язку з цим виникає необхідність обґрунтування теоретичного і методологічного апарату та вибору інструментарію розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Питання теоретико-методологічних та практичних аспектів розвитку інноваційного потенціалу розглядалися в працях таких вчених, як: Т.А. Васильєва, О.І. Вікарчук, Ю.А. Гернего, Л.В. Дерманська, С.М. Ілляшенко, О.П. Кавтиш, С.В. Князь, О.І. Маслак, В.А. Павлова, А.А. Терехух, Т.П. Ткаченко, Л.І. Федулова, С.М. Фірсова, Б.І. Холод та ін. Дослідження проблем інноваційного розвитку туристичних підприємств проводили науковці: О.Ю. Давидова, В.С. Ковешніков, А.В. Кравченко, О.П. Крупський, В.М. Селютін, В.О. Ткач, В.І. Чернікова, В.Ф. Яровий та ін.

Попри значний внесок вищезазначених науковців у дослідження розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств залишаються невирішеними окремі теоретико-методологічні та практичні питання, що стосуються зазначеного процесу. Зокрема потребує уточнення понятійно-категоріальний апарат й ідентифікація детермінантів розвитку інноваційного потенціалу. Це пов'язано з необхідністю подальшого дослідження методологічних аспектів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств та його моделювання, посилення ефектів його використання; удосконалення управління таким розвитком з комплементарією інноваційних та інвестиційних стратегій. Актуальність вищенаведених проблем, необхідність їх вирішення обумовили вибір теми, мету та завдання дисертаційної роботи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Університету імені Альфреда Нобеля за темою: «Формування механізмів

управління підприємствами» (номер державної реєстрації 0115U000062), в межах якої автором розроблено системну конфігурацію управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств згідно з компетентнісним підходом та Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського за темами: «Соціально-економічні аспекти розвитку економіки підприємства» (номер державної реєстрації 0115U005055), в рамках якої автором визначено детермінанти соціально-економічного розвитку інноваційного потенціалу підприємств, «Інноваційний розвиток підприємств в умовах постіндустріальної трансформації економіки» (номер державної реєстрації 0118U006409), де автором визначено концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, та «Інтелектуалізація діяльності підприємств як умова інноваційного розвитку» (номер державної реєстрації 0119U101084), в межах якої автором запропоновано інформаційне плато створення інновацій на туристичному підприємстві.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методологічних засад та практичних рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Для досягнення поставленої мети у дисертаційній роботі сформовано та вирішено такі завдання:

- уточнити сутнісне наповнення поняття інноваційного потенціалу підприємства в ієрархічній системі національної економіки;
- систематизувати та дослідити аспекти розвитку інноваційного потенціалу підприємств за статичним та динамічним підходами;
- провести ідентифікацію детермінантів розвитку інноваційного потенціалу підприємства;
- сформувати теоретико-методологічні засади дослідження розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств;
- удосконалити концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств;
- розробити профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств;
- запропонувати підхід до визначення статусу туристичних підприємств за оцінкою їх інноваційного потенціалу;
- удосконалити методичний інструментарій встановлення зв'язку між ефектами використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств;
- розвинути системну конфігурацію управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом;
- удосконалити науково-методичний підхід щодо комплементації інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу;
- адаптувати теоретико-методичні засади когерентності інноваційного потенціалу до інноваційних категорій туристичних підприємств;
- удосконалити механізм інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств;

– розвинути методичний підхід до прогнозування та дисемінації прогнозних трендів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Об’єкт дослідження – процеси розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади, методичні підходи та практичні рекомендації щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії та інноватики, фундаментальні роботи вітчизняних і зарубіжних науковців з питань розвитку інноваційного потенціалу та управління ним на туристичних підприємствах.

З метою досягнення поставлених наукових завдань у роботі використано такі підходи, загальнонаукові та спеціальні методи: структурний підхід – для визначення когерентності складових інноваційного потенціалу, побудови моделі Пб з метою ідентифікації детермінантів розвитку інноваційного потенціалу підприємств, формування концептуальної схеми розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, здійснення морфологічного зрізу розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств на стадіях життєвого циклу; процесний підхід – для формалізації авторського бачення розвитку інноваційного потенціалу, етапізації механізму інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств; комплексний підхід – для побудови концептуальної схеми аутентичності інноваційно орієнтованого туристичного підприємства та системної конфігурації управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств на основі компетентнісного підходу; узагальнення, систематизації, групування, класифікації – для контент-аналізу праць українських і зарубіжних вчених щодо дослідження феномену інноваційного потенціалу та його розвитку, систематизації детермінантів розвитку інноваційного потенціалу та формулювання висновків; аналізу та синтезу – для уточнення основних наукових категорій теорії інноваційного потенціалу, визначення принципів дослідження, ефектів (етіологічних, патогенезних) використання інноваційного потенціалу, визначення статусу туристичних підприємств за оцінкою інноваційного потенціалу; наукової дедукції та індукції – для розробки профілю життєвого циклу інноваційного потенціалу; абстракції та логічного аналізу – для формування інноваційної платформи туристичного підприємства та обґрунтування 3D-моделі інноваційного процесу, побудови інформаційного плато створення інновацій на туристичному підприємстві; схематичного та графічного зображення – для наочного подання отриманих результатів дослідження та емпіричних даних; кластерного аналізу – для групування туристичних підприємств залежно від типу інноваційної поведінки; компаративного аналізу – для аналізу еволюції туризму та інновацій; розрахунково-аналітичні та порівняльні методи – для визначення статусу туристичних підприємств за оцінкою інноваційного потенціалу; економіко-математичні методи – для прогнозування розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств та

визначення інтенсивності розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств; порівняння – для аналізу міжнародного й вітчизняного досвіду розвитку інноваційного потенціалу; кореляційно-регресійного аналізу, у т.ч., множинної регресії – для визначення компонентів розвитку інноваційного потенціалу та побудови моделі множинної регресії підприємств-маркерів; програмно-цільовий метод – для дисемінації прогностичних трендів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств; матричний метод – для комплементативності інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу та розробки карти інвентаризації інноваційних компетентностей туристичних підприємств.

Розрахунки кількісних показників виконано із застосуванням прикладних програмних продуктів MS Excel, STATISTICA 10.0.

Інформаційною базою дослідження є нормативно-правові акти України, наукові публікації, довідкова література, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні та статистичні дані міжнародних організацій, аналітичні публікації та матеріали офіційних веб-сайтів туристичних підприємств, результати, одержані автором в процесі власних досліджень.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці теоретико-методологічних положень і рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Наукові результати, що визначають наукову новизну дисертаційного дослідження, полягають у такому:

вперше:

– сформовано теоретико-методологічні засади дослідження розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, які поєднують теоретико-методологічну площину (постановка мети, визначення принципів, методів, етапів, характеристика теоретико-методологічної бази) та праксеологічну площину (моніторинг розвитку інноваційного потенціалу; визначення статусу туристичних підприємств; конфігурація управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом; комплементативність інноваційних та інвестиційних стратегій; розвиток інноваційного потенціалу через систему моделювання та прогнозування). Це дозволяє проводити аналіз інноваційного потенціалу туристичних підприємств та обґрунтовувати алгоритмізацію досягнення достатнього рівня для його ефективного розвитку за результатами дослідження складових кожної площини;

– розроблено профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств, в якому за системою координат (по горизонталі – фази розвитку інноваційного потенціалу (старт, прискорення, рекорд, гальмування); по вертикалі – приріст доходу від реалізації інноваційного бранда туристичних підприємств) визначаються такі його стадії: формування (початок освоєння інноваційного потенціалу), накопичення (розширення складових та інтенсивності інноваційного потенціалу), дифузія (інтенсивне застосування інноваційного потенціалу), рутинність (перехід від інноваційного до традиційного стану інноваційного потенціалу) та після зміни профілю – стадія перетворення. За таким підходом стає можливим виділення особливостей розвитку інноваційного

потенціалу (статус, формат, стан) на окремих стадіях його життєвого циклу і обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств;

– запропоновано авторський підхід до визначення статусу туристичних підприємств, виходячи з оцінки рівня розвитку інноваційного потенціалу та спеціально розробленої шкали, що дозволяє встановити такий статус, а саме: інноваційний локомотив – з високим ступенем розвитку інноваційного потенціалу; інноваційний драйвер – зі значним ступенем розвитку інноваційного потенціалу; інноваційний форсаж – із середнім ступенем розвитку інноваційного потенціалу; інноваційний міст – з достатнім ступенем розвитку інноваційного потенціалу; інноваційний вакуум – з низьким ступенем розвитку інноваційного потенціалу. Оцінка інноваційного потенціалу проводиться шляхом поєднання методів спліт-аналізу (виділення фракцій інноваційного потенціалу та їх складових, формування оціночної шкали інноваційного потенціалу, виявлення ступеня узгодженості думок експертів, оцінка ресурсної фракції, фракцій готовності та можливостей інноваційного потенціалу) та пул-аналізу (рангова оцінка туристичних підприємств за окремими фракціями інноваційного потенціалу, визначення інтегрального показника рангу інноваційного потенціалу), на підставі чого присвоюється статус туристичним підприємствам, визначається їхня характеристика та формуються пропозиції щодо вибору підходів, способів і прийомів подальшого розвитку інноваційного потенціалу досліджуваних підприємств, зокрема кайдзен, бенчмаркінг, реінжиніринг, краудсорсинг, рефреймінг. Запропонований підхід дозволить визначати статус туристичних підприємств окремих кластерів (експлоренти, віоленти, пацієнти, комутанти, які виділено за ступенем активності дій в інноваційних процесах) на підставі оцінки їхнього інноваційного потенціалу як інтерференції інноваційних ресурсів з готовністю і інноваційними можливостями;

удосконалено:

– підхід до ідентифікації детермінантів розвитку інноваційного потенціалу підприємства на підставі моделі Пб, до якої, на відміну від існуючих, введено дискретні домінанти в межах окремих етапів розвитку інноваційного потенціалу: провокатори-передумови, каталізатори-пріоритети, стабілізатори-принципи, дестабілізатори-перепони, активізатори – пропозиції подолання перепон, індикатори – оціночні показники. Це стає підставою для визначення причинно-наслідкового зв'язку детермінантів макро-, мезо-, мікро-, нанорівнів з метою виявлення та коригування їх впливу на інноваційний потенціал підприємств;

– концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, яка, на відміну від існуючих, містить три додаткові блоки: інституційний блок (передумови розвитку на різних рівнях; загальні, спеціальні, специфічні принципи, тенденції розвитку); блок інформаційно-методичного забезпечення (інформаційне забезпечення, методи розвитку, інструменти розвитку); мотиваційно-результативний блок (напрями, мотиви,

результати розвитку). Це дозволяє виокремлювати важелі забезпечення перманентного розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств;

– методичний інструментарій встановлення зв'язку між ефектами використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств, який, на відміну від існуючих, базується на побудові ієрархічного дерева евклідових відстаней для показників ефектів, що мають інклюзивний характер і конфігуровані шляхом сегрегації етіологічних (причинних) та патогенезних (наслідкових) зв'язків між ефектами (економічними, інвестиційними, бюджетними, ресурсними, екологічними, соціальними, туристичними, технічними, інтелектуальними, правовими, ринковими, комерційними, репутаційними). Це служить підґрунтям для реалізації дійових управлінських кроків щодо сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу з метою прогнозування їх прояву в межах функціональних зон підприємства (фінанси, виробництво, науково-дослідна робота, маркетинг);

– науково-методичний підхід щодо комплементативності інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу, що, на відміну від існуючих, базується на розрахунку інтегрального індикатора інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатора інтенсивності інвестиційної стратегії для узгодження інноваційних й інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу. Це дозволяє, з одного боку, комплементувати інноваційні стратегії (традиційні, опортуністичні, імітаційні, захисні, наступальні) та інвестиційні стратегії (збереження, накопичення, помірковане зростання, агресивне зростання), а з іншого – визначати інноваційно-інвестиційні стратегії розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, а саме: інноваційне плато, інноваційний прорив, інноваційний полюс, інноваційний контур, інноваційний трамплін, інвестиційне плато, інноваційна яма;

– механізм інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, до якого, на відміну від наявних, введено етапізацію інформаційно-аналітичного забезпечення (формування системи аналітичних показників та визначення періоду дослідження; аналіз локальних складових інноваційного потенціалу; оцінка якості інформаційно-аналітичного забезпечення) та конкретизовано для реалізації етапів сукупність аналітичних інструментів (локалізації і концентрації) і методів (індексних, графічних, рангових). Це дозволяє обґрунтовувати релевантне та адекватне інформаційно-аналітичне забезпечення, що є підґрунтям моделювання та прогнозування розвитку інноваційного потенціалу;

набули подальшого розвитку:

– змістове наповнення поняття «інноваційний потенціал підприємства», яке, на відміну від існуючих, розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, об'єднаних у фракції, а саме: ресурси (фінансові, кадрові, матеріально-технічні, інформаційні); інноваційні можливості (клієнтські, ринкові, репутаційні), інноваційна готовність підприємства (проектна, інтелектуальна, організаційна готовність та готовність до взаємодії з цільовими

групами), що введені до системи управління підприємством. За таким підходом, базуючись на «принципі доміно експансії інноваційного потенціалу економічних систем», що являє собою різнорівневу взаємодію та взаємозалежність інноваційного потенціалу макро-, мезо-, мікро-, нанорівнів, уможливлено визначення векторів розвитку інноваційного потенціалу підприємства за узгодженістю зазначених елементів;

– понятійна сутність категорії «розвиток інноваційного потенціалу підприємств», що розглядається як процес переходу від поточного до очікуваного стану та досліджується, на відміну від існуючих, за симбіозом змін окремих елементів структури інноваційного потенціалу (статичний підхід) та руху за етапами: формування, накопичення, дифузії, використання та оцінювання ступеня розвитку інноваційного потенціалу на кожному етапі (динамічний підхід). Це дозволяє за змінами статичних та динамічних ознак інноваційного потенціалу підприємств аналізувати й прогнозувати його розвиток;

– системна конфігурація управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом, яка, на відміну від діючої, включає сингулярну капсуляцію за визначеними напрямками управління інноваційним потенціалом, виходячи із сукупності інноваційних компетенцій туристичного підприємства, а саме: стратегічного управління інноваційним потенціалом; управління якістю і конкурентоспроможністю інноваційного потенціалу; управління інноваційною інфраструктурою; управління інноваційною активністю потенціалу; управління інвестиційним забезпеченням інноваційного потенціалу; маркетингового управління інноваційним потенціалом на основі життєвого циклу підприємства; управління інноваційними ризиками. На підставі вищезазначеного забезпечується ефективне управління інноваційним потенціалом, що розглядається як інтегрована система дій, яка характеризується застосуванням управлінських функцій та методів з метою активізації інноваційної діяльності на туристичних підприємствах;

– теоретико-методичні засади когерентності інноваційного потенціалу з інноваційними категоріями туристичних підприємств, які, на відміну від існуючих, містять інноваційну платформу, що поєднує зв'язки між інноваційним потенціалом та інноваційними бізнес-процесами, інноваційною діяльністю й інноваційним продуктом. Застосування інструментально-методичної основи когерентності, зокрема: 1) інноваційної платформи туристичного підприємства (модель 18 ІП, яка акумулює вихідні і результативні елементи інноваційної діяльності на підприємстві); 2) 3D-моделі інноваційного процесу, яка ґрунтується на визначенні окремої площини інноваційного процесу: розробка інноваційного продукту – освоєння та виробництво, освоєння та виробництво – комерціалізація та збут, розробка інноваційного продукту – комерціалізація та збут, які перетинаються з полями інформаційного плато (загальнодоступні, комерціалізовані; приховані та власні інновації); 3) архітекtonіки інноваційної діяльності туристичного підприємства (побудована на етапах інноваційної діяльності: маркетинг, розробка

інноваційного продукту, освоєння та виробництво, комерціалізація та збут); 4) протоколів бізнес-процесів інноваційної діяльності туристичних підприємств (послідовність дій щодо реалізації окремих етапів і стадій інноваційної діяльності), – дозволяє забезпечувати формування і використання інноваційного потенціалу як обов'язкової умови діяльності інноваційно орієнтованих туристичних підприємств;

– методичний підхід до прогнозування та дисемінації прогнозних трендів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, який, на відміну від існуючих, базується на застосуванні методики синтезу оптимальних прогнозних показників на підставі кореляційно-регресійного аналізу та статистично-аналітичних моделей для прогнозування на перспективу інтенсивності розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств-маркерів й дисемінації прогнозних трендів шляхом реалізації етапів: 1) обґрунтування та вибір сценарію прогнозного розвитку інноваційного потенціалу (прогресивний, стабільний, рецесивний); 2) забезпечення ланцюга «прогноз – реалізація – імплементація» за допомогою дорожньої карти; 3) імплементація інноваційного проекту на туристичному підприємстві. За таким підходом формуються прогнозні значення перманентного розвитку інноваційного потенціалу окремих туристичних підприємств та забезпечується їх реалізація шляхом дисемінації трендів, що дозволяє обґрунтовувати алгоритм досягнення прогнозних показників при реалізації зазначених процесів.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані теоретико-методологічні положення, практичні рекомендації та висновки можуть бути використані для моніторингу, управління, моделювання розвитку інноваційного потенціалу.

Наукові результати, висновки і рекомендації дисертаційного дослідження пройшли апробацію та прийняті до використання й впровадження. Зокрема у ТОВ «Спутнік» в процесі прогнозування розвитку інноваційного потенціалу на 2019–2023 рр. (довідка № 11/156 від 18.12.2018 р.); ТОВ «Парті-Тревел» – для управління розвитком інноваційного потенціалу туристичного підприємства (довідка № 03-59 від 26.10.2017 р.); ПП «Штурвал Плюс» – для конвертації інноваційного потенціалу в інноваційний туристичний продукт (довідка № 15 від 10.04.2018 р.); ТОВ «Красін Тур» – для формування інноваційної політики та підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства (довідка № 04/2019 від 29.03.2019 р.). Рекомендації автора використано відділенням у м. Маріуполі Донецької торгово-промислової палати для надання консультаційних послуг та здійснення інформаційного обслуговування з питань інноваційного розвитку суб'єктів туристичного бізнесу (довідка № 02/2036 від 15.02.2019 р.).

Результати досліджень використовуються в освітньому процесі Університету імені Альфреда Нобеля для розробки навчально-методичного забезпечення дисциплін «Потенціал і розвиток підприємства», «Технологія продаж туристичного продукту» (довідка № 370/6 від 27.05.2019 р.) та Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла

Туган-Барановського при викладанні дисциплін «Інноваційний розвиток підприємства», «Економіка інновацій та інноваційна політика», «Управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств», «Бізнес-проекування в туризмі» й виконанні магістерських кваліфікаційних робіт здобувачами вищої освіти (довідка № 23/461 від 17.04.2019 р.).

Особистий внесок здобувача. Отримані наукові результати, викладені в дисертаційній роботі, одержані здобувачем самостійно і знайшли відображення в наукових публікаціях автора. З опублікованих у співавторстві наукових праць у дисертації використано лише ті ідеї та положення, які є результатом особистого доробку автора.

Апробація матеріалів дослідження. Основні положення та висновки дослідження доповідалися, обговорювалися і дістали позитивну оцінку на міжнародних та всеукраїнських конференціях, зокрема *міжнародних*: «Реформування економіки України: стан та перспективи» (м. Київ, 2008 р.); «Економіка і управління в умовах глобалізації» (м. Донецьк, 2010, 2013 рр.; м. Кривий Ріг, 2015, 2016, 2018 рр.); «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами» (м. Луцьк, 2017 р.); «Трансформація фінансових ринків в умовах глобальної нестабільності: реалії сьогодення та погляд у майбутнє» (м. Ірпінь, 2017 р.); International Scientific Conference Anti-Crisis Management (Le Mans, France, 2017 р.); «Розвиток національних фінансово-економічних систем в умовах глобальних викликів» (м. Київ, 2018 р.); «Фінанси та соціальна економіка: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток» (м. Львів, 2018 р.); «Стійкий розвиток національної економіки: актуальні проблеми та механізми забезпечення» (м. Кривий Ріг, 2018 р.); «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» (м. Переяслав-Хмельницький, 2018 р.); «Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики» (м. Кривий Ріг, 2019 р.); *всеукраїнських*: «Наукова школа маркетингового менеджменту: 20 років творчої діяльності» (м. Донецьк, 2011 р.); «Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз» (м. Дніпро, 2018 р.); «Соціально-економічні проблеми сучасності» (м. Маріуполь, 2018 р.); «Сучасні технології менеджменту забезпечення сталого розвитку економіко-правових систем в умовах євроінтеграції» (м. Черкаси, 2019 р.); «Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління» (м. Київ, 2019 р.); «Модернізація фінансово-кредитної системи України: виклики глобалізації» (м. Кривий Ріг, 2019 р.).

Публікації. За темою дисертаційного дослідження опубліковано 58 наукових праць, з яких 2 монографії (у тому числі одноосібна монографія обсягом 29,2 др. арк.), 32 статті (у тому числі 15 статей у наукових фахових виданнях України, 17 статей – у фахових виданнях України, що внесені до міжнародних наукометричних баз, та періодичних наукових виданнях інших держав), 20 праць апробаційного характеру, 4 публікації, що додатково відображають наукові результати. Загальний обсяг публікацій складає 47,86 др. арк., особисто автору належить 44,3 др. арк.

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається з анотації, вступу, п'яти розділів, висновків, списку використаних джерел з 645 найменувань на 70 сторінках і 16 додатків на 156 сторінках. Загальний обсяг роботи складає 623 сторінки, основний текст викладено на 397 сторінках (16,54 авт. арк.). Дисертація містить 80 таблиць та 127 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи; сформульовано мету і завдання дослідження; визначено об'єкт, предмет та методи дослідження; висвітлено наукову новизну та практичне значення результатів; визначено особистий внесок автора; подано результати апробації основних положень дисертації; відображено повноту викладу результатів дослідження в опублікованих працях; наведено загальний обсяг та структуру роботи.

У першому розділі **«Теоретичні засади розвитку інноваційного потенціалу підприємств в ієрархічній системі національної економіки»** розглянуто сутність, підходи та експансію інноваційного потенціалу підприємств в ієрархічній системі національної економіки, обґрунтовано статичний та динамічний підходи розвитку інноваційного потенціалу підприємств, здійснено ідентифікацію детермінантів розвитку інноваційного потенціалу підприємств.

На підставі аналізу положень економічної теорії, інноватики, економічних систем інноваційного потенціалу виділено ряд підходів до обґрунтування сутності інноваційного потенціалу в ієрархічній системі національної економіки, в результаті чого встановлено, що інноваційний потенціал є основною складовою потенціалу економічної системи, він пов'язаний з конкретним рівнем (об'єктом), залежить від ресурсної бази, характеризує можливості і спроможність інноваційних перетворень, визначає охоплення різних етапів інноваційного процесу залежно від його величини і якісного стану інноваційного потенціалу. Визначено, що інноваційний потенціал підприємства слід розглядати: як сукупність взаємопов'язаних елементів, об'єднаних у фракції – ресурси (складовими якої є фінансові, кадрові, матеріально-технічні, інформаційні ресурси); інноваційні можливості (складові – клієнтські, ринкові, репутаційні можливості); інноваційну готовність підприємства (складові – проектна, інтелектуальна, організаційна готовність та готовність до взаємодії з цільовими групами), що введено до системи управління для забезпечення інноваційного розвитку.

Важливим моментом дослідження є застосування «принципу доміно експансії інноваційного потенціалу». Доведено, що інноваційний потенціал нанорівня є імпульсом для розвитку інноваційного потенціалу мікрорівня, далі – мезорівня й макрорівня. При цьому враховано зворотний зв'язок (реверс) – від макрорівня до мезорівня, потім – до мікро- і нанорівня. Це стало підґрунтям для визначення векторів розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Розвиток інноваційного потенціалу являє собою процес переходу від поточного стану до очікуваного стану, а його зміни визначаються за симбіозом статичного та динамічного підходів з урахуванням особливостей підприємства як складної системи, що постійно перебуває у русі.

За статичним підходом визначено домінуючі ознаки структурних змін: залежно від сфери застосування нових ідей (внутрішні, зовнішні, інвестиційні, інфраструктурні, підприємницькі компоненти); за наступністю (ресурсна стадія, стадія можливостей, стадія готовності); залежно від якісних параметрів (технічний, економічний, соціальний, організаційний потенціал), що дозволило структурувати інноваційний потенціал. За динамічним підходом виокремлено етапи розвитку інноваційного потенціалу: формування (фокусування на логістиці); накопичення (фокусування на наповненні); дифузія (фокусування на стратифікації); використання (фокусування на активності застосування) та оцінювання ступеня розвитку інноваційного потенціалу на кожному етапі (фокусування на релевантності). Поєднання статичного і динамічного підходів забезпечили когерентність різних видів інноваційного потенціалу на окремих етапах його розвитку (формування, накопичення, дифузія, використання).

Здійснено ідентифікацію детермінантів розвитку інноваційного потенціалу (модель Пб), яка дозволила визначити ланцюг агрегації детермінантів інноваційного потенціалу як причинно-наслідкових зв'язків між факторами, що впливають на розвиток інноваційного потенціалу.

У процесі дослідження встановлено дискретні домінанти: провокатори-передумови, стабілізатори-принципи, каталізатори-пріоритети, дестабілізатори-перепони, активізатори – пропозиції подолання перепон, індикатори – показники в рамках окремих етапів динамічного розвитку інноваційного потенціалу.

Згідно з моделлю Пб в ланцюзі детермінант «провокатор» є визначальним елементом. Він є сигналом і визначає передумови формування інноваційного потенціалу. Детермінанти інноваційного потенціалу «каталізатори» сприяють прискоренню, є реактивом накопичення інноваційного потенціалу, стають пріоритетом інноваційних перетворень. «Стабілізатори» надають стійкості інноваційному потенціалу на етапі дифузії. «Гальмуючі перепони» є дестабілізаторами розвитку інноваційного потенціалу. Детермінанти «активізатори» забезпечують пропозиції подолання перепон щодо розвитку інноваційного потенціалу в процесі його використання. Детермінанти «індикатори» є інформаційними та аналітичними показниками, що відображають зміни стану розвитку інноваційного потенціалу.

Теоретичні аспекти основних характеристик розвитку інноваційного потенціалу підприємств є підґрунтям для розробки концептуальних й методологічних засад розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

У другому розділі **«Методологічні аспекти розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств»** досліджено генезис інноваційного потенціалу туристичних підприємств, розглянуто теоретико-методологічні

засади розвитку їх інноваційного потенціалу, розроблено профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Згідно з аспектами проведеного дослідження доведено, що інноваційний потенціал туристичних підприємств характеризує можливість і готовність впроваджувати інноваційний туристичний продукт, а його розвиток пов'язаний з наявними (активи) та прихованими (резерви) ресурсами. З урахуванням сутнісних особливостей і змісту інноваційного потенціалу туристичних підприємств сформовано теоретико-методологічні засади дослідження розвитку цього потенціалу через поєднання теоретико-методологічної та праксеологічної площин (рис. 1).

Елементами теоретико-методологічної площини є: мета (інтенсифікація та ітерація розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств); система орієнтирів (методологічні, методичні, практичні); теоретико-методологічна база; основні підходи до дослідження розвитку інноваційного потенціалу (статичний, динамічний); методи та етапи дослідження; принципи дослідження. Практико-методологічна площина дослідження розвитку інноваційного потенціалу охоплює: моніторинг розвитку інноваційного потенціалу та його інструменти; конфігурацію управління інноваційним потенціалом за компетентнісним підходом, а також визначення статусу туристичних підприємств за оцінкою інноваційного потенціалу; комплементацію інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу; моделювання та прогнозування його розвитку для ухвалення рішень щодо ефективного використання інноваційного потенціалу шляхом залучення інноваційних проектів для отримання інноваційного туристичного продукту.

Удосконалено концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, до якої додано такі блоки: інституційний блок (передумови розвитку на макро-, мезо-, мікро-, нанорівнях, загальні, спеціальні, специфічні принципи, тенденції розвитку); блок інформаційно-методичного забезпечення (інформаційне забезпечення у форматі інформаційного плато створення інновацій на туристичному підприємстві; економічні, управлінські, ринкові методи розвитку; інструменти розвитку); мотиваційно-результативний блок (напрями розвитку, мотиви розвитку, результати розвитку), що дозволило довести перманентність розвитку інноваційного потенціалу досліджуваних підприємств.

Інформаційне плато створення інновацій включає такі інформаційні поля: власних інновацій; загальнодоступних інновацій; комерціалізованих інновацій; прихованих інновацій. За таким підходом здійснено конвертацію інноваційного потенціалу в інноваційний туристичний продукт шляхом розробки інтенсивних, розвиваючих, достатніх, іміджевих, пересічних, дифузійних, пріоритетних, ключових інновацій.

Розроблено профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств (рис. 2) за принципом взаємозв'язку стадій розвитку (формування, накопичення, дифузії, рутинності) та фаз (старт, прискорення, рекорд, гальмування). За профілем визначено стратегічні пріоритети кожної стадії життєвого циклу інноваційного потенціалу відповідно до фази його розвитку та приросту доходу від реалізації інноваційного бранда туристичних підприємств.

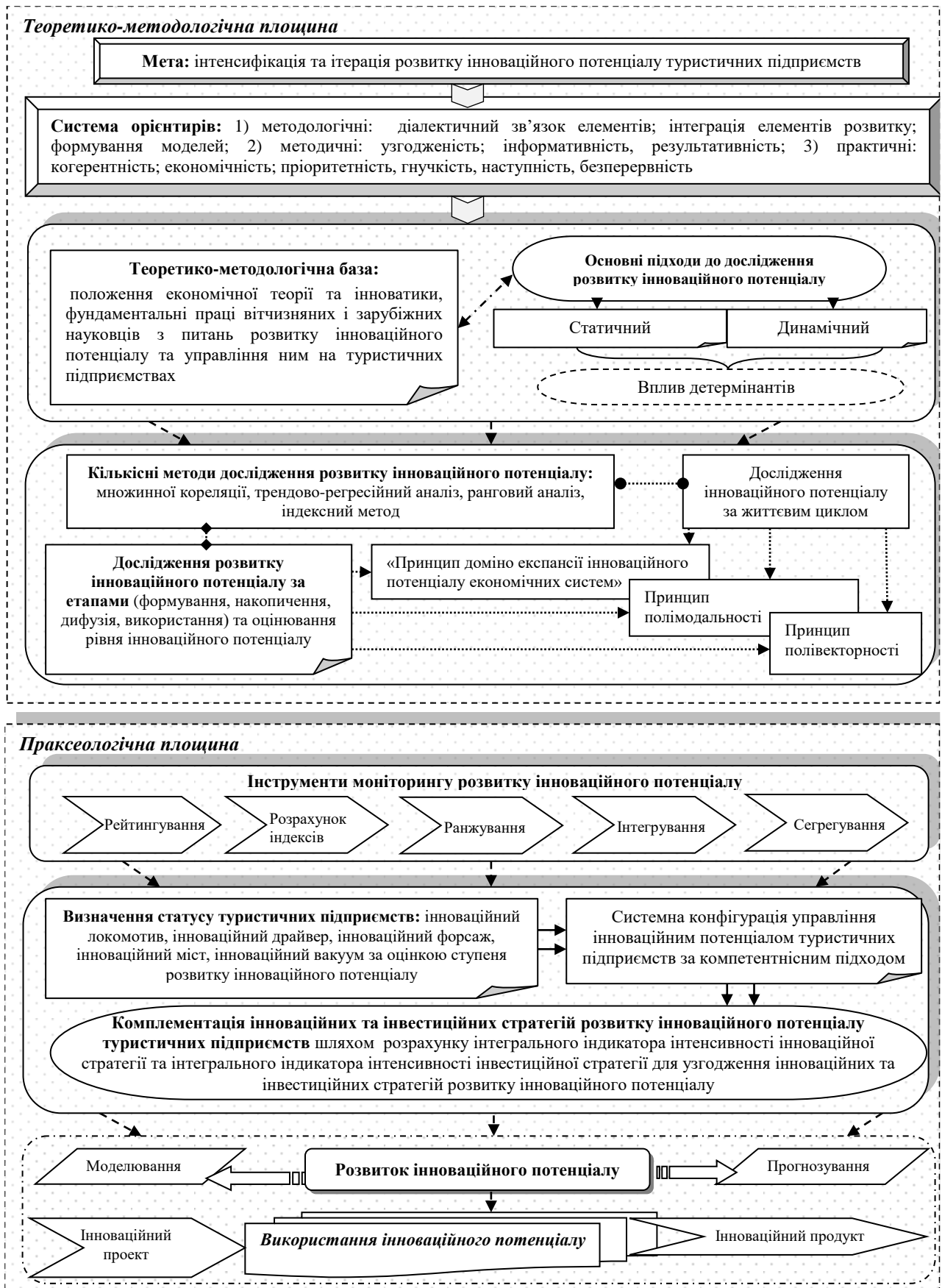


Рис. 1. Теоретико-методологічні засади дослідження розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств

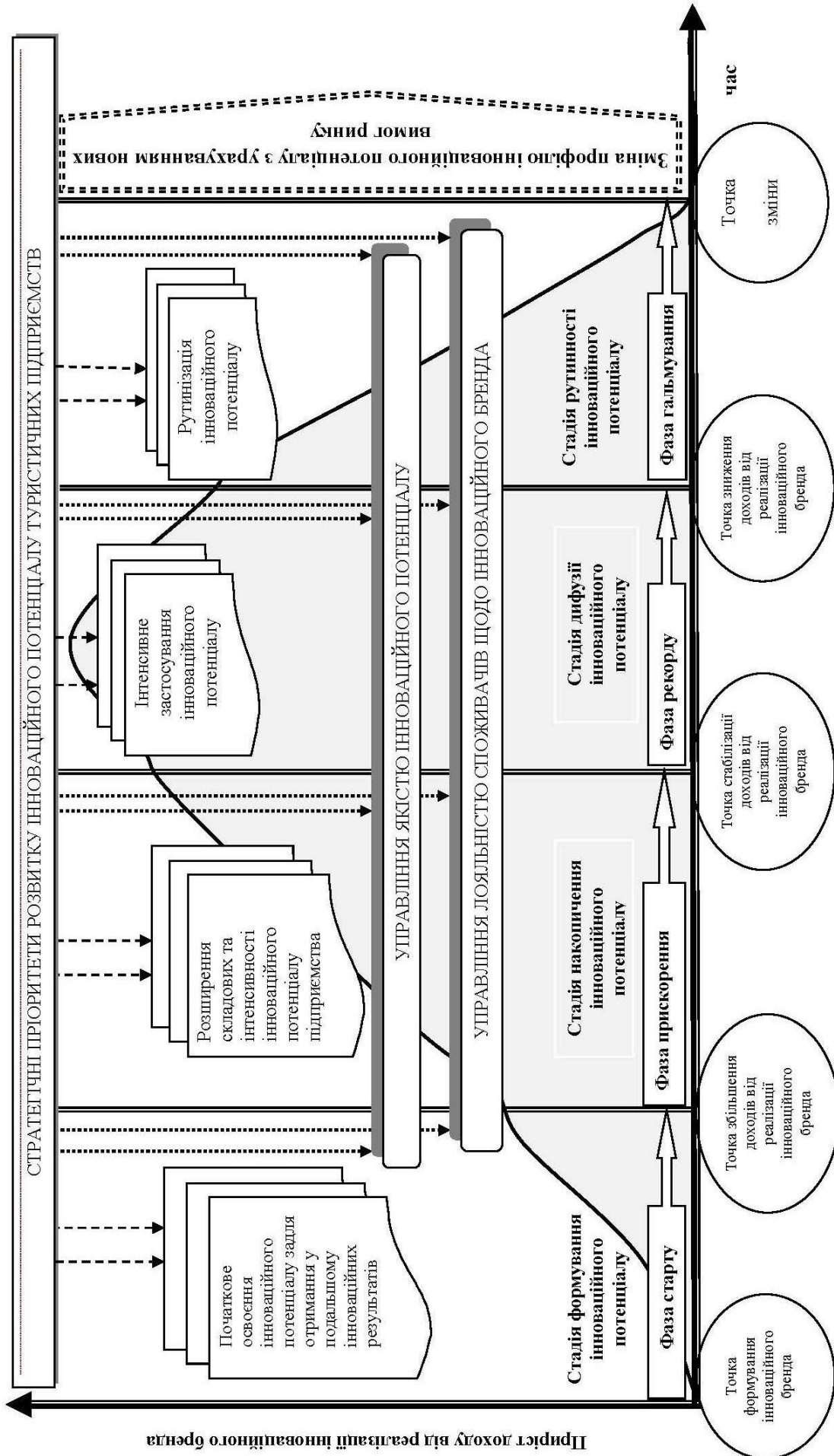


Рис. 2. Профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств

Стратегічними пріоритетами на стадії формування (фаза старту) є: освоєння інноваційного потенціалу задля отримання у подальшому інноваційних змін, при цьому приріст доходу від реалізації інноваційного бренда є мінімальним. На стадії накопичення (фаза прискорення) встановлено такі стратегічні пріоритети, як розширення складових та інтенсивності інноваційного потенціалу, що забезпечує значний приріст доходу від реалізації інноваційного бренда. На стадії дифузії інноваційного потенціалу (фаза рекорду) – це максимальні показники приросту доходу від реалізації інноваційного бренда, стратегічним пріоритетом є інтенсивне застосування інноваційного потенціалу. На стадії рутинності (фаза гальмування), що пов'язана зі зниженням доходу від реалізації інноваційного бренда, розвиток супроводжується рутинізацією, буденністю та консерватизмом інноваційного потенціалу. Виділено стадію перетворення, яка є необхідною в процесі зміни профілю інноваційного потенціалу з урахуванням нових детермінантів (комбінації ресурсних та нересурсних складових за новими вимогами ринку) з метою формування нового інноваційного бренда.

У контексті розробленого профілю життєвого циклу інноваційного потенціалу проведено морфологічний зріз визначення особливостей інноваційного потенціалу туристичних підприємств на різних стадіях його життєвого циклу за трьома блоками: 1) статус інноваційного потенціалу (цілі, завдання, функції, принципи, ознаки); 2) формат інноваційного потенціалу (об'єкти, стратегії, підходи, мотиви); 3) стан інноваційного потенціалу (вектори, фінансування, проблеми, ефект, державна підтримка). Це дозволило деталізувати характеристику стадій життєвого циклу інноваційного потенціалу з метою подальшого визначення сценарію його розвитку на конкретному туристичному підприємстві в досліджуваному проміжку часу.

Виділені методологічні аспекти розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств є підґрунтям для його моніторингу на світовому і національному рівнях, а також на рівні окремих підприємств.

У третьому розділі «**Моніторинг розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств**» проведено дослідження інноваційного потенціалу туристичних підприємств на світовому та національному рівнях, визначено статус туристичних підприємств за оцінкою інноваційного потенціалу, здійснено сегрегацію ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Світові рейтинги інновацій і туризму підтвердили тенденції щодо зростання ролі сфери туризму та значущості розвитку інноваційного й туристичного потенціалу. Зокрема Україна, незважаючи на зниження індексу конкурентоспроможності туризму і подорожей (у 2013 р. – 76-те місце серед 140 країн; у 2017 р. – 88-ме місце серед 136 країн), за глобальним індексом інновацій посідає у 2017 р. 50-те місце серед 127 країн (у 2015 р. – 64-те місце серед 126 країн, у 2013 р. – 71-ше місце серед 142 країн). Аналіз статистичної інформації показує динамічний характер розвитку туризму в Україні та трансформацію його інноваційного потенціалу. За незначної частки доходу від

туризму у валовому внутрішньому продукті (у 2018 р. – 0,59%, у 2017 р. – 0,62, у 2016 р. – 0,48, у 2015 р. – 0,24, у 2012 – 2013 рр. – 0,28, у 2011 р. – 0,3%), оборот туристичної сфери зростає. Наприклад, у 2018 р. він збільшився на 13,87% порівняно з 2017 р., а відносно 2011 р. цей показник зріс більш ніж в чотири рази. Кількість обслуговуваних туристів постійно збільшується: у 2018 р. цей показник зріс у 2,5 раза порівняно із 2011 р. і на 54,93% порівняно з 2017 р., що пов'язано з підвищенням попиту на туристичні послуги. Зростає кількість суб'єктів туристичної діяльності: у 2018 р. на ринку туристичних послуг було зареєстровано 1833 суб'єктів, що на 5,2% більше, ніж у 2017 р. Подальше забезпечення позитивних зрушень у розвитку сфери туризму пов'язане з формуванням інноваційного потенціалу. За розрахунками інноваційного рейтингу регіонів України встановлено, що Полтавська область має інтегральний інноваційний рейтинг регіону 7; Запорізька область – 9; Одеська область – 11, і вони є лідерами розвитку інноваційного потенціалу. До групи, що має недостатній рівень інноваційної активності, входять Чернігівська (інтегральний інноваційний рейтинг регіону – 34) та Хмельницька області (33).

Досліджено три типи туристичних підприємств – туроператори (ТО), туристичні агентства (ТА), бюро подорожей та екскурсій (БПЕ). Відповідно до загальноприйнятих підходів проведено кластеризацію підприємств за типом їхньої інноваційної поведінки і ступенем активності дій в інноваційних процесах. Виокремлено такі чотири кластери: експлоренти, віоленти, пацієнти, комутанти. Найбільш розповсюдженим типом серед досліджуваних туристичних підприємств є туроператори, що належать до кластерів «віоленти» та «пацієнти». Виходячи з оцінки ступеня розвитку інноваційного потенціалу та спеціально розробленої шкали рангу інноваційного потенціалу, запропоновано авторський підхід до визначення статусу туристичних підприємств, а саме «інноваційний локомотив», «інноваційний драйвер», «інноваційний міст», «інноваційний вакуум» (табл. 1).

Таблиця 1

Статус туристичних підприємств залежно від оцінки інноваційного потенціалу

№ з/п	Туристичне підприємство	Інтегральний показник I_{Π}	Група за рівнем I_{Π} , бали	Статус	Орієнтація розвитку інноваційного потенціалу підприємства
1	ТО «Аккорд-тур»	2,262295	I. Високий ступінь розвитку (> 2,26)	Інноваційний локомотив	Кайдзен – удосконалення інноваційного потенціалу, орієнтованого на оптимізацію та стандартизацію інновацій із залученням незначних матеріальних витрат
2	ТО «Джоін АП»	2,276961			
3	ТА «Щасливий квиток»	2,287823			
4	ТО «Тревел профешнл груп»	2,143329	II. Значний ступінь розвитку (2,00–2,25)	Інноваційний драйвер	Бенчмаркінг – систематичний пошук та реалізація найкращих практик формування та реалізації інноваційного потенціалу, що має призвести до підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу
5	ТО «Тез тур»	2,093432			
6	ТО «Гамалія»	2,095646			
7	ТА «Штурвал Плюс»	2,041561			

№ з/п	Туристичне підприємство	Інтегральний показник Іп	Група за рівнем Іп, бали	Статус	Орієнтація розвитку інноваційного потенціалу підприємства
8	ТО «Албіз-тур»	1,935217	III. Середній ступінь розвитку (1,7–1,99)	Інноваційний форсаж	Реінжиніринг – здійснення радикальних змін щодо бізнес-процесів інноваційної діяльності, повне відмовлення від традиційних підходів на користь інноваційним перетворенням
9	ТА «Океан тур»	1,880072			
10	Київське БПЕ	1,85835			
11	ТО «Альянс»	1,815003			
12	ТО «Анекс Тур»	1,845451			
13	ТО «Спутнік»	1,774296			
14	ТО «Тревелсвіт»	1,750774			
15	ТА «Поїхали з нами»	1,648457	IV. Достатній ступінь розвитку (1,6–1,69)	Інноваційний міст	Краудсорсинг – залучення до вирішення тих чи інших проблем інноваційного розвитку широкого кола осіб для використання їхніх творчих здібностей, знань і досвіду на добровільних засадах із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій
16	ТА «Жара»	1,627567			
17	ТА «Штурман»	1,637945			
18	ТО «Красін Тур»	1,642272			
19	ТО «Парті тревел»	1,618571			
20	Вінницьке БПЕ	1,591999	V. Недостатній ступінь розвитку (1,4–1,59)	Інноваційний вакуум	Рефреймінг – спеціальний прийом, який передбачає оцінювання стану, дії, ситуації, фактів під новим, нетрадиційним кутом зору, орієнтується на повне перетворення підходів до формування, накопичення, використання інноваційного потенціалу
21	ТА «Горизонт тур»	1,464842			
22	ТА «Нові горизонти»	1,48959			
23	Чернігівське БПЕ	1,442124			
24	Запорізьке БПЕ	1,458556			

За допомогою спліт-аналізу виділено фракції інноваційного потенціалу (ресурси, готовність, можливість) та складові цих фракцій.

Встановлено рангову оцінку туристичних підприємств за окремими фракціями інноваційного потенціалу.

На підставі пул-аналізу визначено інтегральний показник рангу інноваційного потенціалу (\bar{R}):

$$\bar{R} = \frac{1}{n \cdot m} \sum \sum b_{ij}, \quad (1)$$

де n – кількість експертів; m – кількість факторів; b_{ij} – бальна оцінка j -го експерта i -го параметра.

За інтегральним показником рангу інноваційного потенціалу методом Кінга виділено групи туристичних підприємств:

$$D = \sum_{i=1}^{k_1} \sum_{j=1}^{k_2} d(b_{1i}, b_{2j}) / k_1 k_2, \quad (2)$$

де b_{1i}, b_{2j} – показники оцінки рівня інноваційного потенціалу туристичних підприємств, що порівнюються попарно: $i = \overline{1, k_1}$, $j = \overline{1, k_2}$.

Визначено статус досліджуваних туристичних підприємств залежно від оцінки ступеня розвитку інноваційного потенціалу та наведено характеристику кожного з них. Зокрема встановлено, що високий ступінь розвитку інноваційного потенціалу притаманний усім підприємствам-експлорентам: ТО «Аккорд-тур», ТО «Джоін АП», ТА «Щасливий квиток» (статус

«інноваційний локомотив»). Значний ступінь розвитку і статус «інноваційний драйвер» мають підприємства-віоленти: ТОО «Тревел профешнл груп», ТОО «Гез тур», ТОО «Гамалія», ТА «Штурвал Плюс». До підприємств зі статусом «інноваційний форсаж» віднесено більшу частину досліджуваних туристичних підприємств третьої групи, що характеризуються середнім ступенем розвитку і належать як до кластера віолентів (ТОО «Албіз-тур», ТА «Океан тур», Київське БПЕ), так і до кластера патієнтів (ТОО «Альянс», ТОО «Анекс Тур», ТОО «Спутнік», ТОО «Тревелсвіт»). Статус «інноваційний міст» притаманний і підприємствам-патієнтам (ТА «Поїхали з нами», ТА «Жара», ТА «Штурман»), і підприємствам-комутантам (ТОО «Красін Тур», ТОО «Парті тревел»), що мають інтегральний показник рангу інноваційного потенціалу в межах четвертої групи за методом Кінга. Розвиток туристичних підприємств зі статусом «інноваційний вакуум», зокрема підприємств-комутантів (ТА «Горизонт тур», ТА «Нові горизонти», Чернігівське БПЕ, Запорізьке БПЕ) і підприємства-патієнта (Вінницьке БПЕ), що характеризуються недостатнім ступенем розвитку інноваційного потенціалу, потребує коригуючих дій.

Для кожного туристичного підприємства відповідного статусу сформовано пропозиції щодо орієнтації подальшого розвитку їхнього інноваційного потенціалу: кайдзен (для «інноваційних локомотивів»), бенчмаркінг (для «інноваційних драйверів»), реінжиніринг (для «інноваційних форсажів»), краудсорсинг (для «інноваційних мостів»), рефреймінг (для «інноваційних вакуумів»). За таким підходом визначено: умови переходу з однієї групи до іншої групи більш високого статусу на підставі розробки стратегії і тактики подальшого розвитку; ризики зниження статусу туристичного підприємства та заходи запобігання їм.

Для визначення зв'язків між окремими видами ефектів, які виникають в процесі використання інноваційного потенціалу, ці ефекти (результати) сегреговано у вигляді контура ефектів, що мають місце в межах окремих функціональних зон підприємства: фінанси (економічний, інвестиційний, бюджетний ефекти); виробництво (ресурсний, екологічний, соціальний ефекти); маркетинг (ринковий, комерційний, репутаційний ефекти); науково-дослідна робота (технічний, інтелектуальний, правовий ефекти).

Ефекти від використання інноваційного потенціалу мають місце як на самому туристичному підприємстві, так і за його межами, а зв'язки між різними видами ефектів використання інноваційного потенціалу змінюються залежно від специфіки інноваційної діяльності туристичних підприємств.

У четвертому розділі **«Управління розвитком інноваційного потенціалу туристичних підприємств»** обґрунтовано процеси управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом; здійснено комплементацію інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств; визначено когерентність інноваційного потенціалу з інноваційними категоріями туристичних підприємств.

Встановлено, що конструктивним підґрунтям для удосконалення управління інноваційним потенціалом є формування та використання

інноваційних компетентностей туристичних підприємств (бачення інноваційного розвитку підприємства, його інноваційна стратегія, якість інноваційного потенціалу, інноваційна інфраструктура підприємства, інноваційна активність, інвестиційне забезпечення інноваційного потенціалу, маркетинг, допустимість інноваційних ризиків), які, з одного боку, безпосередньо впливають на розвиток інноваційного потенціалу, а з іншого – є керованими.

Розвинуто системну конфігурацію управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом. Конфігурація являє собою сингулярну капсуляцію окремих сфер управління, що забезпечують розвиток інноваційного потенціалу та сформовані за сукупністю інноваційних компетенцій туристичного підприємства. У результаті дослідження виділено: стратегічне управління (бачення інноваційного розвитку підприємства, розробка та реалізація його інноваційної стратегії); управління якістю і конкурентоспроможністю інноваційного потенціалу (формування конкурентоспроможного інноваційного потенціалу, контроль його якості та досягнення достатнього рівня конкурентоспроможності); управління інноваційною інфраструктурою туристичного підприємства (аналіз збалансованості організаційної структури, створення, адміністрування, координація, регламентація інноваційних підрозділів, оптимізація інноваційної інфраструктури); управління інноваційною активністю потенціалу (контролінг інноваційної активності потенціалу, підвищення інноваційного іміджу підприємства, бренд-менеджмент інноваційного потенціалу) та інвестиційним забезпеченням інноваційного потенціалу (мобілізація інвестицій, освоєння та оцінювання інвестицій); маркетингове управління інноваційним потенціалом за життєвим циклом (аналіз життєвого циклу інноваційного потенціалу, розробка стратегічних рішень з урахуванням стадій його життєвого циклу, подовження життєвого циклу інноваційного туристичного продукту) та управління інноваційними ризиками (аналіз причин виникнення інноваційних ризиків, визначення допустимості ступеня ризиковості та розробка заходів нівелювання інноваційних ризиків).

Удосконалено науково-методичний підхід до комплементативності інноваційних та інвестиційних стратегій, за яким визначено послідовність дій щодо її здійснення: 1) побудова карти комплементативності інноваційних стратегій (традиційних, опортуністичних, імітаційних, захисних, наступальних) та інвестиційних стратегій (збереження, накопичення, помірковане зростання, агресивне зростання); 2) формування модифікованої матриці GE/McKinsey для визначення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного підприємства; 3) розрахунок інтегрального індикатора інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатора інтенсивності інвестиційної стратегії у 2017 р.; 4) встановлення позиції туристичних підприємств у модифікованій матриці GE/McKinsey, згідно з якою обирається інноваційно-інвестиційна стратегія (рис. 3).

За результатами досліджень встановлено, що стратегію «інноваційний трамплін» обрали підприємства: ТОО «Аккорд-тур», ТОО «Джоін Ап», ТА «Щасливий квиток», ТОО «Тревел профешнл груп», ТОО «Тез тур», ТОО «Гамалія», ТОО «Албіз-тур».

Завдяки цій стратегії забезпечується модифікація інноваційних брендів та фокусування на цільових споживчих групах. Стратегію «інноваційний контур» (2) визначено для підприємств: ТА «Штурвал Плюс», ТА «Океан тур», Київське БПЕ, ТО «Альянс», ТО «Анекс Тур», ТО «Спутнік».

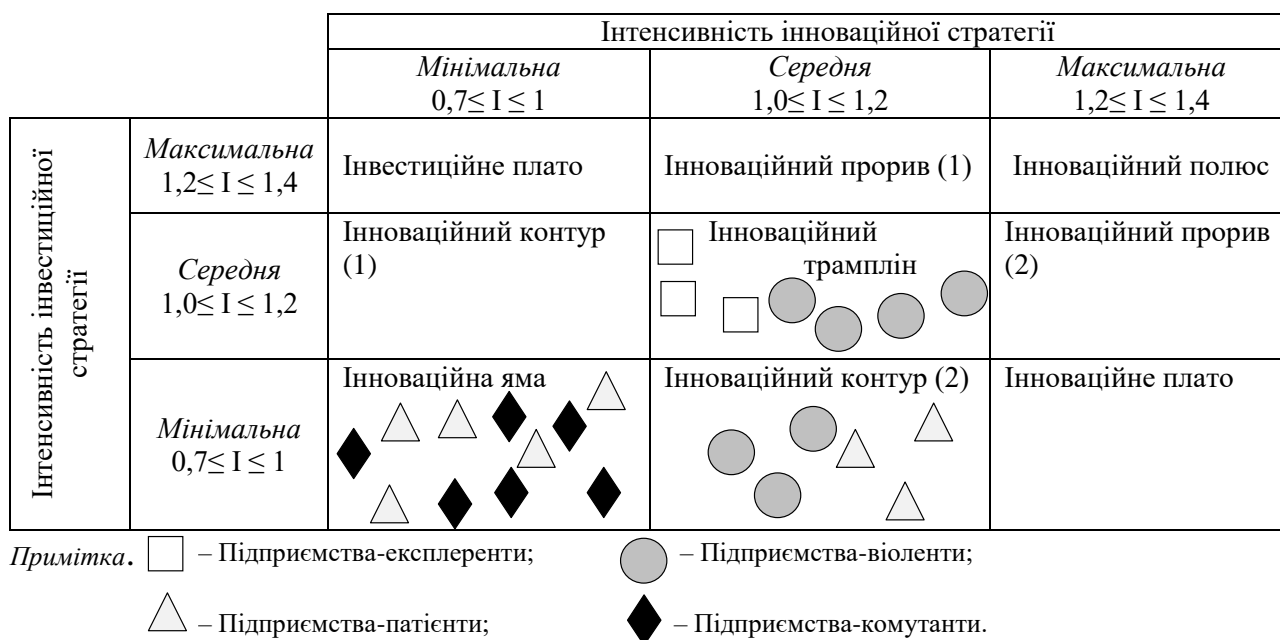


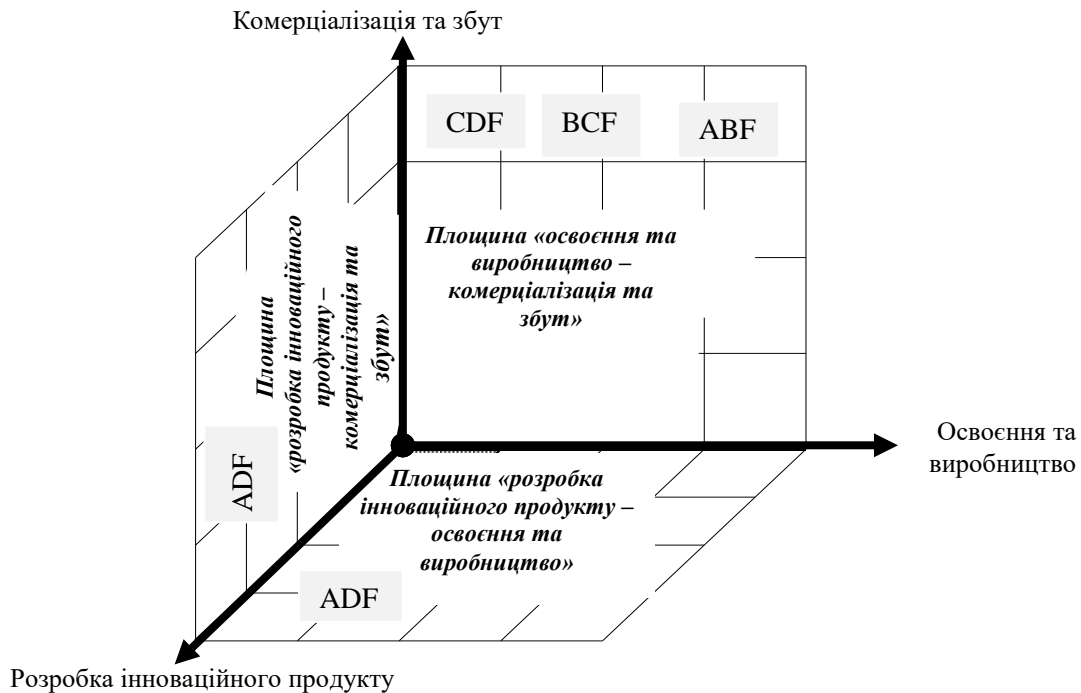
Рис. 3. Вибір стратегій розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств у модифікованій матриці GE/McKinsey

У рамках цієї інноваційно-інвестиційної стратегії відбувається диверсифікація векторів інноваційної діяльності та/або диференціація інноваційного продукту. Для підприємств ТО «Тревелсвіт», ТА «Поїхали з нами», ТА «Жара», ТА «Штурман», Вінницьке БПЕ; ТО «Красін Тур», ТО «Парті тревел», ТА «Горизонт тур», ТА «Нові горизонти», Чернігівське БПЕ, Запорізьке БПЕ характерна стратегія «інноваційна яма». Доцільним для них є збереження інноваційних позицій та / або накопичення інноваційного досвіду.

У дисертаційній роботі розвинуто теоретико-методичні засади когерентності інноваційного потенціалу з інноваційними категоріями туристичних підприємств, що базуються на побудові інноваційної платформи на підставі моделі 18 ПП. Інноваційна платформа являє собою площину діяльності підприємства, що інтегрує різні сфери діяльності туристичного підприємства, а саме: стратегічну (розробка та реалізація інноваційної політики); інноваційну (здійснення інноваційного процесу на основі застосування інноваційного потенціалу); інвестиційну (застосування інвестиційного поля); маркетингову (визначення інноваційних потреб та врахування інноваційного попиту); економічну (отримання прибутку від інноваційної діяльності); управлінську (організація та координація сфер діяльності). Платформа поєднує такі елементи: інноваційна потреба, інноваційний продукт, інноваційна політика, інноваційна програма, інноваційний портфель, інноваційні принципи, інноваційні пріоритети, інноваційний проект, інноваційний персонал, інноваційний потенціал, інноваційний портал, інноваційний процес, інвестиційний портфель, інвестиційний потенціал, інвестиційне поле, інноваційна продукція,

інноваційний попит, інноваційний прибуток. За симбіозом категорій сформовано інноваційний потенціал туристичного підприємства та встановлено напрями його розвитку.

За 3D-моделлю встановлено, що інноваційний процес на окремому туристичному підприємстві здійснюється як за повним традиційним циклом (розробка інноваційного продукту – освоєння та виробництво – комерціалізація та збут), так і за різними комбінаціями і послідовністю дій (рис. 4).



Примітка. ADF – інформаційне поле власних інновацій; ABF – інформаційне поле загальнодоступних інновацій; CDF – інформаційне поле комерціалізованих інновацій; BCF – інформаційне поле прихованих інновацій.

Рис. 4. 3D-модель інноваційного процесу туристичного підприємства

Відповідно до розробленого інформаційного плато створення інновацій на туристичних підприємствах в площині інноваційного процесу «освоєння та виробництво – комерціалізація та збут» доцільно використати інформаційні поля загальнодоступних, комерціалізованих й прихованих інновацій, а в площинах «розробка інноваційного продукту – комерціалізація та збут» і «розробка інноваційного продукту – освоєння та виробництво» – інформаційне поле власних інновацій. Модифіковано архітектуру інноваційної діяльності туристичного підприємства, в основу якої закладено етапи здійснення інноваційних процесів, зокрема маркетинг (моніторинг інноваційного простору, оцінка інноваційних ризиків, формування стратегії інноваційної діяльності); розробка інноваційного продукту (пошук і генерування інноваційної ідеї, розробка інноваційного проекту, реінжиніринг бізнес-процесів); освоєння та виробництво (маркетингове виробництво, операційна логістика, виробнича дифузія інновацій); комерціалізація та збут (маркетинговий супровід збуту, збут та сервісне обслуговування, зниження комерційних ризиків); інвестування (фінансова підтримка всіх етапів). Послідовність та зміст бізнес-процесів

інноваційної діяльності туристичних підприємств відображено у відповідних протоколах. За таким підходом визначено умови розвитку інноваційного потенціалу інноваційно орієнтованих туристичних підприємств.

У п'ятому розділі «**Моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств**» обґрунтовано інформаційно-аналітичне забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, здійснено прогнозування розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств за варіантністю інтегральних показників, запропоновано дисемінацію прогнозних трендів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств в практику їх діяльності.

Удосконалено механізм інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств за рахунок введення таких елементів: етапи формування системи аналітичних показників та визначення часового періоду; аналіз локальних складових інноваційного потенціалу та оцінка якості інформаційно-аналітичного забезпечення (рис. 5).

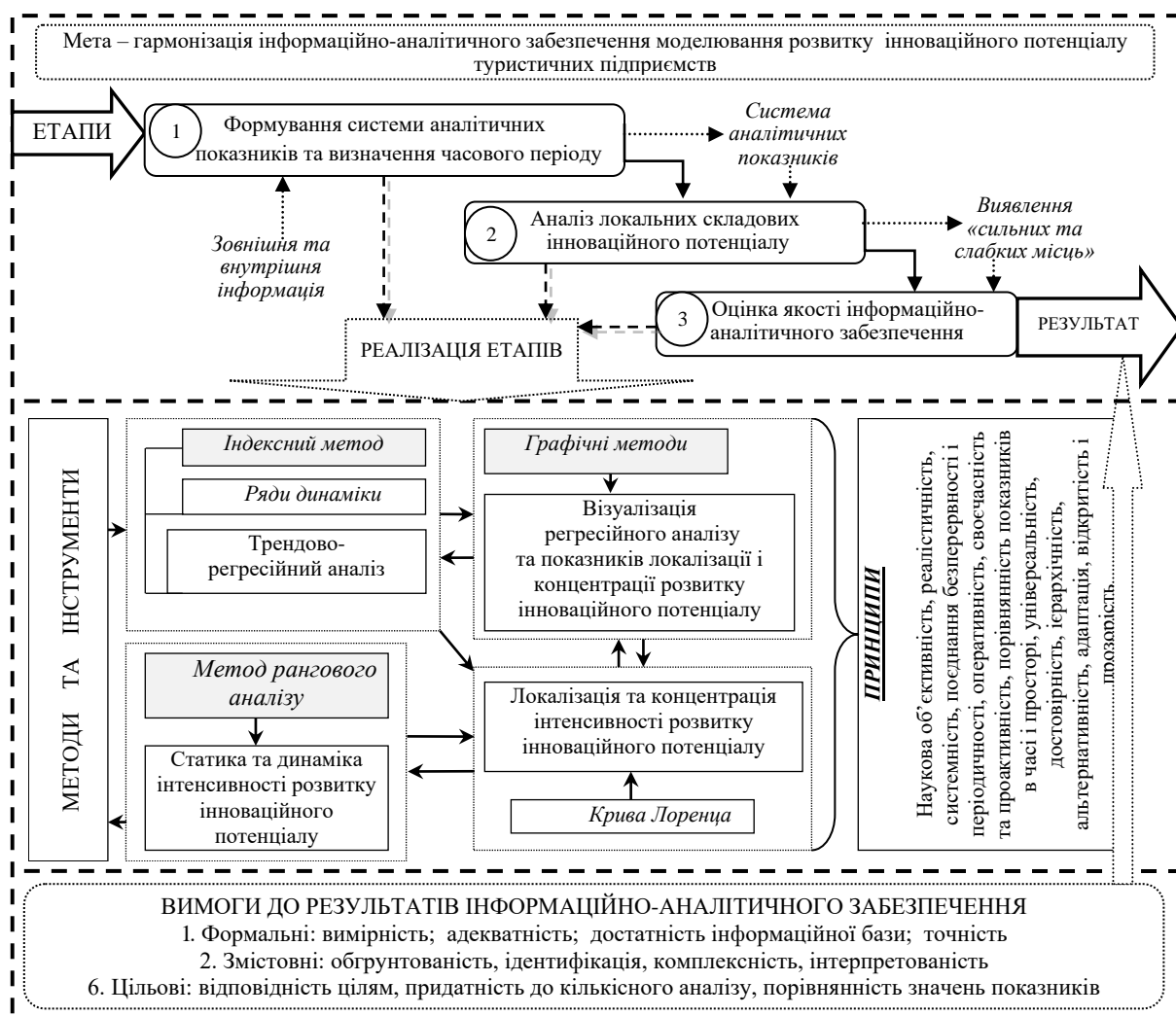


Рис. 5. Декомпозиція механізму інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств

Виділено підприємства-маркери з кожного кластера для подальшого моделювання і прогнозування показників інтенсивності розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Серед них: ТОО «Аккорд-тур» – підприємство-експлерент, статус – «інноваційний локомотив», ТА «Штурвал Плюс» – підприємство-віолент, статус – «інноваційний драйвер», ТОО «Спутнік» – підприємство-патієнт, статус – «інноваційний форсаж», ТОО «Парті тревел» – підприємство-комутант, статус – «інноваційний міст».

За формулою (3) розраховано точковий прогноз розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств ($Y_{\text{прогноз}}$).

$$Y_{\text{прогноз}} = \hat{b}_0 + \hat{b}_1 x_1^{\text{прогноз}} + \hat{b}_2 x_2^{\text{прогноз}} + \dots + \hat{b}_m x_m^{\text{прогноз}}, \quad (3)$$

де \hat{b}_0, \hat{b}_i – коефіцієнти тренда ($i = 1 \dots m$); $x_i^{\text{прогноз}}$ – показники тренда для прогнозу інтенсивності розвитку інноваційного потенціалу ($I_{\text{інт}}$).

Наведено найбільш показові прогнози розвитку інноваційного потенціалу для підприємств-маркерів. Встановлено, що тренд прогнозу розвитку інноваційного потенціалу ТОО «Аккорд-тур» має ступінчасту траєкторію. Це обумовлено стрибкоподібними показниками індексів темпів зростання інноваційного потенціалу підприємств-експлерентів. Для підприємств-віолентів за траєкторією розвитку інноваційного потенціалу виявлено помірне зростання і незначні відхилення трендів прогнозних показників. Це свідчить про інертний розвиток інноваційного потенціалу (ТА «Штурвал Плюс»). Тренд прогнозних показників підприємств-патієнтів вказує на сталий розвиток інноваційного потенціалу (ТОО «Спутнік»), а тренд підприємств-комутантів (ТОО «Парті тревел») підтверджує інтенсивний характер розвитку інноваційного потенціалу на підґрунті виявленої тенденції до постійного зростання (табл. 2, рис. 6).

Таблиця 2

Прогнозування розвитку інноваційного потенціалу ТОО «Парті тревел»

Рік	$I_{\text{інт}}$	Тренд низьких значень прогнозних показників ($I_{\text{інт}}$)	Тренд достатніх значень прогнозних показників ($I_{\text{інт}}$)	Тренд високих значень прогнозних показників ($I_{\text{інт}}$)
2011	1,058			
2012	1,074			
2013	1,058			
2014	1,045			
2015	1,056			
2016	1,078			
2017	1,093	1,091	1,096	1,097
2018		1,060	1,083	1,115
2019		1,063	1,087	1,118
2020		1,076	1,090	1,124
2021		1,076	1,094	1,124
2022		1,078	1,097	1,129
2023		1,084	1,101	1,132
Сценарій розвитку		Рецесивний	Стабільний	Прогресивний

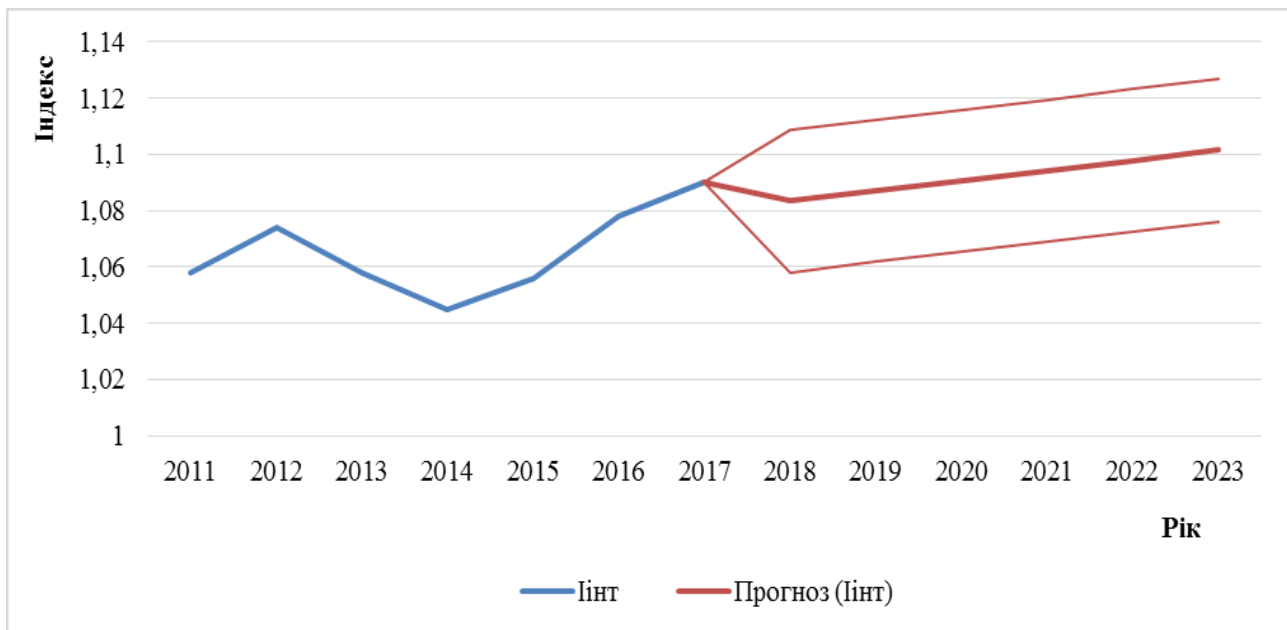


Рис. 6. Тренд розвитку інноваційного потенціалу ТО «Парті тревел»

Обґрунтовано процедуру дисемінації прогнозних трендів. Вибір сценарію розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств проведено за прогнозним трендом та відповідно до стадій життєвого циклу: прогресивний сценарій (тренд високих значень прогнозних показників – на стадіях життєвого циклу – формування та накопичення інноваційного потенціалу); стабільний сценарій (тренд достатніх значень прогнозних показників – на стадії дифузії життєвого циклу інноваційного потенціалу); рецесивний сценарій (тренд низьких значень прогнозних показників – на стадії рутинності життєвого циклу інноваційного потенціалу). За відповідним сценарієм туристичні підприємства обирають напрям розвитку інноваційного потенціалу за рахунок фінансових, кадрових, матеріально-технічних, інформаційних ресурсів, використовуючи синкретичні ініціативи. Складання дорожньої карти реалізації ініціатив розвитку інноваційного потенціалу, яка містить план дій для забезпечення ланцюга «прогноз – реалізація – імплементація» розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, полягає: у розрахунку прогнозних показників; їх інтерпретації; виборі сценарію; розробці ініціатив щодо фінансової, кадрової, матеріально-технічної, інформаційної компонент розвитку інноваційного потенціалу; визначенні часових меж реалізації сценарію та безпосередній його реалізації; оцінці прогнозних показників; формуванні інноваційного проекту (підготовка та реалізація й отримання позитивного чи негативного результату на кожному етапі).

Запропоновані сценарії та послідовність дій щодо дисемінації прогнозних трендів й імплементації інноваційних проектів є засадами підвищення результативності інноваційної діяльності туристичних підприємств завдяки розвитку їхнього інноваційного потенціалу.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено нове вирішення наукової проблеми обґрунтування теоретико-методологічних підходів та розробки практичних рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. У результаті проведених досліджень було отримано такі висновки:

1. Узагальнення теоретичних положень щодо трактування поняття інноваційного потенціалу підприємства дало змогу уточнити його та розглянути як складову системи управління, що є сукупністю фінансових, кадрових, матеріально-технічних, інформаційних ресурсів й клієнтських, ринкових, репутаційних інноваційних можливостей, які забезпечують бажаний рівень готовності до інноваційних перетворень, зокрема проектної, інтелектуальної, організаційної та готовності взаємодії з цільовими групами. За різними підходами встановлено, що доцільним є вибір напрямів розвитку інноваційного потенціалу згідно з принципами полімодальності та полівекторності. Доведено, що разом із зазначеними принципами не менш важливим є «принцип доміно експансії інноваційного потенціалу економічних систем», оскільки інноваційний потенціал окремих рівнів (нано-, мікро-, мезо-, макро-) стає імпульсом для розвитку інноваційного потенціалу вищого рівня. Окрім того, зворотний зв'язок (реверс) забезпечує вплив інноваційного потенціалу вищого рівня на розвиток інноваційного потенціалу нижчого рівня через створення відповідних умов.

2. Встановлено, що дослідження розвитку інноваційного потенціалу слід проводити шляхом поєднання статичного та динамічного підходів. Використання статичного підходу дозволило структурувати інноваційний потенціал, враховуючи класифікаційні ознаки та складові інноваційного потенціалу. Виявлено, що домінуючими статичними ознаками є характеристики інноваційного потенціалу: залежно від сфери застосування нових ідей (внутрішні компоненти, зовнішні компоненти, інвестиційні компоненти, інфраструктурні компоненти, підприємницькі компоненти); за наступністю (ресурсна стадія, стадія можливостей, стадія готовності); залежно від якісних параметрів (технічний потенціал, економічний потенціал, соціальний потенціал, організаційний потенціал, природно-ресурсний потенціал). За динамічним підходом визначено такі етапи розвитку інноваційного потенціалу: формування з фокусуванням на логістиці; накопичення з фокусуванням на наповненні; дифузія з фокусуванням на стратифікації; використання з фокусуванням на активності застосування; оцінювання з фокусуванням на релевантності. За таким підходом виявлено поступовий рух інноваційного потенціалу та зміну етапів його розвитку, що дозволило розглядати розвиток інноваційного потенціалу як процес переходу від поточного стану до очікуваного стану з метою ефективного розвитку.

3. На підставі запропонованої моделі Пб виділено детермінанти розвитку інноваційного потенціалу: провокатори-передумови, каталізатори-пріоритети, стабілізатори-принципи, дестабілізатори-перепони, активізатори – пропозиції

подолання перепон, індикатори – оціночні показники. Кожен з них виступає дискретним домінантом на певних етапах динаміки інноваційного потенціалу – формування, накопичення, дифузії, використання та оцінювання ступеня розвитку інноваційного потенціалу на кожному з етапів. Систематизовані за матрицею модифікованих детермінантів розвитку інноваційного потенціалу різних рівнів: макрорівень (держава), мезорівень (регіон, галузь), мікрорівень (підприємство), нанорівень (персонал), виділені детермінанти дозволяють виявляти зв'язок та коригувати їх вплив на інноваційний потенціал підприємств.

4. Сформовано теоретико-методологічні засади дослідження розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств, що базуються на закономірностях і вимогах статичного та динамічного підходів, орієнтованих на структурний розвиток і прояв у часі; детермінації розвитку інноваційного потенціалу та принципах полімодальності, полівекторності та «принципі доміно експансії інноваційного потенціалу економічних систем». У схемі дослідження виділено теоретико-методологічну та праксеологічну площини. Перша площина містить такі елементи: постановка мети; визначення принципів, методів, етапів та характеристика теоретико-методологічної бази. У розрізі другої площини розглянуто: моніторинг розвитку інноваційного потенціалу; комплементацію інноваційно-інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу; моделювання та прогнозування його розвитку та генерування рішень щодо використання інноваційного потенціалу через інноваційні проекти, що дозволяє отримати інноваційний туристичний продукт.

5. Удосконалено концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств шляхом введення додаткових блоків: інституційного, інформаційно-методичного забезпечення та мотиваційно-результативного. У межах цих блоків виділено такі складові: передумови розвитку на макро-, мезо-, мікро-, нанорівнях; загальні, спеціальні, специфічні групи принципів; напрями, мотиви, проблеми, тенденції та результати розвитку. Крім того, враховано економічні, управлінські, ринкові методи розвитку, що базуються на комплексі інструментів розвитку (статистичний моніторинг, стратегічне планування, моделювання та прогнозування, розробка та вибір сценаріїв, бізнес-планування, контролінг, управління знаннями). За таким підходом забезпечується перманентний розвиток інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

6. Розроблено профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств на підставі використання модифікованої системи координат, де по горизонталі розміщено фази розвитку інноваційного потенціалу (старт, прискорення, рекорд, гальмування), по вертикалі – приріст доходу від реалізації інноваційного бранда туристичних підприємств. За таким підходом виділено стадії життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств – формування, накопичення, дифузії, рутинності та виокремлено особливості його розвитку на різних стадіях. Виділено стадію перетворення у разі зміни профілю. Особливості розвитку розглянуто в рамках морфологічного зрізу, що

складається з трьох блоків: статус інноваційного потенціалу (цілі, завдання, функції, принципи, ознаки інноваційного потенціалу); формат інноваційного потенціалу (об'єкти, стратегії, підходи, мотиви інноваційного потенціалу); стан інноваційного потенціалу (вектори, фінансування, проблеми, ефекти, державна підтримка інноваційного потенціалу). Це дозволило обґрунтовано виділити стратегічні пріоритети розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

7. За запропонованим авторським підходом встановлено статус туристичних підприємств відповідно до рівня розвитку його інноваційного потенціалу: інноваційний локомотив (ступінь розвитку інноваційного потенціалу – високий); інноваційний драйвер (ступінь розвитку – значний); інноваційний форсаж (ступінь розвитку – середній); інноваційний міст (ступінь розвитку – достатній); інноваційний вакуум (ступінь розвитку – недостатній). Статус визначено на підставі спліт-аналізу (оцінка ресурсної фракції, фракції готовності та можливостей) та пул-аналізу (рангова оцінка туристичних підприємств за окремими фракціями інноваційного потенціалу; визначення інтегрального показника рангу інноваційного потенціалу; встановлення статусу туристичного підприємства; пропозиції щодо його подальшого розвитку). Визначено, що статус «інноваційний локомотив» мають ТОО «Аккорд-тур», ТОО «Джоін АП», ТА «Щасливий квиток»; цим підприємствам доцільно орієнтуватися на підтримку існуючого статусу за допомогою кайдзен-підходу. Статус «інноваційний драйвер» притаманний ТОО «Тревел профешнл груп», ТОО «Тез тур», ТОО «Гамалія», ТА «Штурвал Плюс»; ці підприємства мають можливість постійно удосконалювати інноваційний потенціал за допомогою бенчмаркінгу. «Інноваційний форсаж» – статус ТОО «Албіз-тур», ТА «Океан тур», Київське БПЕ, ТОО «Альянс», ТОО «Анекс Тур», ТОО «Спутнік», ТОО «Тревелсвіт»; на цих підприємствах необхідно запровадити реінжиніринг усіх бізнес-процесів з урахуванням інноваційної орієнтації. «Інноваційний міст» – статус підприємств ТА «Поїхали з нами», ТА «Жара», ТА «Штурман», ТОО «Красін Тур», ТОО «Парті тревел», які потребують застосування системи краудсорсингу як всебічного перегляду всіх напрямів інноваційних перетворень. Статус «інноваційний вакуум» мають Вінницьке БПЕ, ТА «Горизонт тур», ТА «Нові горизонти», Чернігівське БПЕ, Запорізьке БПЕ; ці підприємства потребують кардинальних перетворень у формі рефреймінгу (повний перегляд підходів до формування і використання інноваційного потенціалу на туристичному підприємстві).

8. Удосконалено методичний інструментарій встановлення зв'язку між ефектами використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Сегрегування ефектів (результатів) використання інноваційного потенціалу у форматі контурів ефектів, що виникають в межах функціональних зон туристичних підприємств (фінанси, виробництво, маркетинг, науково-дослідна робота), дозволило встановити інклюзивність їх характеру, що проявляється через економічний, інвестиційний, бюджетний ефекти у сфері фінансів; ресурсний,

екологічний, соціальний ефекти у сфері виробництва; ринковий, комерційний, репутаційний ефекти – у сфері маркетингу; технічний, інтелектуальний, правовий ефекти – у сфері науково-дослідної роботи. Виявлено, що ефекти від використання інноваційного потенціалу взаємопов'язані між собою, можуть виникати і на самому туристичному підприємстві, і за його межами та змінюватися залежно від специфіки інноваційної діяльності туристичних підприємств.

9. Розвинуто системну конфігурацію управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом. Запропонована конфігурація включає сингулярну капсуляцію окремих напрямів управління інноваційним потенціалом (стратегічне управління інноваційним потенціалом, управління якістю і конкурентоспроможністю інноваційного потенціалу, управління інноваційною інфраструктурою туристичних підприємств, управління інноваційною активністю потенціалу, управління інвестиційним забезпеченням інноваційного потенціалу, маркетингове управління інноваційним потенціалом на основі його життєвого циклу, управління інноваційними ризиками), виходячи із сукупності інноваційних компетенцій туристичних підприємств. Застосування цієї конфігурації на практиці дозволило визначити ступінь ефективності управління інноваційним потенціалом на туристичних підприємствах.

10. Для обґрунтування вибору інноваційно-інвестиційних стратегій удосконалено науково-методичний підхід до комплементації інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу. У межах запропонованого підходу визначено відповідність кожного аналізованого виду інноваційної стратегії (традиційної, опортуністичної, імітаційної, захисної, наступальної) певному виду інвестиційної стратегії (збереження, накопичення, помірковане зростання, агресивне зростання). Це дозволило шляхом використання модифікованої матриці GE/McKinsey узгодити інноваційні та інвестиційні стратегічні напрями розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств та виокремити інноваційно-інвестиційні стратегії, серед яких: інноваційне плато; інноваційний прорив; інноваційний полюс; інноваційний контур; інноваційний трамплін; інвестиційне плато; інноваційна яма.

За інтегральним індикатором інтенсивності інноваційної стратегії та інтегральним індикатором інтенсивності інвестиційної стратегії у модифікованій матриці GE/McKinsey визначено інноваційно-інвестиційні стратегії розвитку інноваційного потенціалу досліджуваних туристичних підприємств. Так, стратегію «інноваційний трамплін» доцільно обирати: ТО «Аккорд-тур», ТО «Джоін Ап», ТА «Щасливий квиток», ТО «Тревел профешнл груп», ТО «Тез тур», ТО «Гамалія», ТО «Албіз-тур», за якою забезпечується модифікація інноваційних брендів та фокусування на цільових споживчих групах. Стратегію «інноваційний контур» (2) запропоновано для ТА «Штурвал Плюс», ТА «Океан тур», Київське БПЕ, ТО «Альянс», ТО «Анекс Тур», ТО «Спутнік» з метою диверсифікації векторів інноваційної діяльності та/ або диференціації інноваційного продукту. Для підприємств

ТО «Тревелсвіт», ТА «Поїхали з нами», ТА «Жара», ТА «Штурман», Вінницьке БПЕ; ТО «Красін Тур», ТО «Парті тревел», ТА «Горизонт тур», ТА «Нові горизонти», Чернігівське БПЕ, Запорізьке БПЕ запропоновано збереження інноваційних позицій та / або накопичення інноваційного досвіду, що характерно для стратегії «інноваційна яма»; з метою відходу від цієї стратегії цим підприємствам необхідно переглянути інтенсивність інноваційних та інтенсивність інвестиційних стратегій.

11. Для підтвердження когерентності інноваційного потенціалу з інноваційними категоріями туристичних підприємств розвинуто теоретико-методичні засади, що поєднують інноваційну платформу, інноваційний процес, інноваційну діяльність та інноваційний продукт за встановленими між ними зв'язками. Інноваційну платформу туристичного підприємства як площину діяльності туристичного підприємства, що інтегрує різні його сфери діяльності, визначено за моделлю 18 П. У цьому сенсі поєднання стратегічної сфери діяльності (розробка та реалізація інноваційної політики), інноваційної сфери діяльності (здійснення інноваційного процесу), інвестиційної сфери діяльності (формування інвестиційного поля), маркетингової сфери діяльності (визначення інноваційних потреб та врахування інноваційного попиту), економічної сфери діяльності (отримання інноваційного прибутку) та управлінської сфери діяльності (організація та координація всіх зазначених напрямів) стає підґрунтям вироблення інноваційного продукту. Площини інноваційного процесу (розробка інноваційного продукту – освоєння та виробництво; освоєння та виробництво – комерціалізація та збут; розробка інноваційного продукту – комерціалізація та збут), які сформовані за 3D-моделлю інноваційного процесу, дозволили визначити взаємодію з інформаційними площинами (загальнодоступними інноваціями, комерціалізованими інноваціями, прихованими інноваціями, власними інноваціями) та визначити напрями взаємодії, що забезпечують взаємозв'язок інноваційних параметрів (ідея, продукт, метод, проект) як дискретних показників. Архітектоніку інноваційної діяльності туристичного підприємства, побудовану за етапами (маркетинг, розробка інноваційного продукту, освоєння та виробництво, комерціалізація та збут), конкретизовано через протоколи бізнес-процесів інноваційної діяльності туристичних підприємств.

12. Удосконалено механізм інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств шляхом введення етапів: формування системи аналітичних показників та визначення періоду дослідження; аналіз локальних складових інноваційного потенціалу; оцінка якості інформаційно-аналітичного забезпечення. Серед інструментарію інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання було застосовано: індексний метод (індекси темпів зростання інноваційного потенціалу, індекси темпів зростання доходів від реалізації туристичних послуг); часові ряди динаміки (2011–2017 рр.); трендово-регресійний аналіз (аналіз розвитку фінансових, кадрових, матеріально-технічних, інформаційних ресурсів туристичних підприємств); графічні методи (візуалізація трендово-регресійного аналізу розвитку окремих видів ресурсів туристичних

підприємств); ранговий аналіз (динаміка рангів інтенсивності розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств за коефіцієнтом локалізації та концентрації). Використання на практиці запропонованих інструментів і методів інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств дозволило визначити зв'язок показників інтенсивності розвитку інноваційного потенціалу та охарактеризувати їх вплив на рівень доходів туристичних підприємств.

13. Для обґрунтування розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств розвинуто методичний підхід до його прогнозування за варіантністю інтегральних показників. Застосування методології синтезу оптимальних прогнозних показників, визначених за кореляційно-регресійним аналізом та статистично-аналітичними моделями, а також використання методів і прийомів з різним ступенем формалізації дозволили спрогнозувати інтенсивність розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств-маркерів ТО «Аккорд-тур» (підприємство-експлерент, статус – «інноваційний локомотив»), ТА «Штурвал Плюс» (підприємство-віолент, статус – «інноваційний драйвер»), ТО «Спутнік» (підприємство-патієнт, статус – «інноваційний форсаж»), ТО «Парті тревел» (підприємство-комутант, статус – «інноваційний міст»), що обрані як такі, що мають високий ступінь адекватності, оцінюваний за допомогою коефіцієнта детермінації.

Результати апробації запропонованого методичного підходу при розрахунку тренда розвитку інноваційного потенціалу до 2023 р. на досліджуваних підприємствах дозволили виявити характер розвитку їхнього інноваційного потенціалу. Зокрема ТО «Аккорд-тур» має ступінчасту траєкторію розвитку інноваційного потенціалу. Тренд розвитку інноваційного потенціалу ТА «Штурвал Плюс» показує інертний розвиток підприємств, що мають такий статус. Прогноз розвитку інноваційного потенціалу ТО «Спутнік» підтверджує його сталий розвиток. Траєкторія прогнозних показників ТО «Парті тревел» свідчить про інтенсивний характер розвитку інноваційного потенціалу.

14. Обґрунтовано процедуру дисемінації прогнозних трендів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств за алгоритмом: обґрунтування сценаріїв прогнозного розвитку інноваційного потенціалу залежно від вибору підприємством прогнозного тренда та відповідно до стадії життєвого циклу інноваційного потенціалу (прогресивний, стабільний, рецесивний сценарії); формування й впровадження дорожньої карти за ланцюгом «прогноз – реалізація – імплементація» прогнозних значень розвитку інноваційного потенціалу; імплементація інноваційного проекту туристичного підприємства. Застосування процедури дисемінації за визначеним алгоритмом дій дозволило туристичним підприємствам розраховувати прогнозні показники розвитку інноваційного потенціалу і у подальшому забезпечувати їх досягнення.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Монографії

1. Лохман Н.В. Інноваційний потенціал туристичних підприємств: парадигма сучасного розвитку: монографія. Кременчук: ПП Щербатих О.В., 2019. 506 с.

2. Лохман Н.В. Інноваційний базис ефективного економічного управління підприємством. *Інноваційні механізми економічного управління підприємством*: монографія / за ред. Л.В. Фролової. Кривий Ріг: ФОП Чернявський Д.О., 2016. С. 65–80.

Статті у наукових фахових виданнях України

3. Лохман Н.В. Дослідження взаємозв'язку життєвого циклу підприємства та його інноваційна діяльність. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2007. Вип. 28. С. 87–90.

4. Лохман Н.В., Зозуля П.В. Аналіз інноваційної діяльності підприємств Донецької області на сучасному етапі. *Торгівля і ринок України*. 2008. Вип. 26, т. 2. С. 118–125. *Особистий внесок полягає в моніторингу статистичних даних інноваційної діяльності підприємств Донецької області як інструменту прийняття рішень щодо розвитку регіону.*

5. Лохман Н.В. Організація взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності в малому підприємстві на основі розвитку трансферу технологій. *Торгівля і ринок України*. 2011. Вип. 31, т. 2. С. 74–80.

6. Лохман Н.В. Детермінанти соціально-економічного розвитку підприємств регіону. *Торгівля і ринок України*. 2016. Вип. 39. С. 113–121.

7. Лохман Н.В. Розробка інноваційної стратегії розвитку підприємства. *Вісник ДонНУЕТ*. 2016. № 65. С. 5–10.

8. Лохман Н.В. Імплементация інноваційного проекту на підприємстві. *Торгівлі і ринок*. Кривий Ріг. 2017. № 42. С. 40–45.

9. Лохман Н.В. Інклюзивний характер ефекту інноваційної діяльності. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 2 (38). С. 30–34.

10. Лохман Н.В. Визначення інноваційного рейтингу регіонів України на основі статистичних показників промисловості. *Ефективна економіка*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5791>

11. Лохман Н.В. Інформаційне забезпечення створення інновацій на підприємстві. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2017. № 19. С. 150–157.

12. Чернега О.Б., Лохман Н.В. Статичний та динамічний аспекти інноваційного потенціалу. *Торгівля і ринок*. 2018. № 2 (44). С. 129–136. *Особистий внесок полягає у визначенні особливості статичного (структура інноваційного потенціалу) та динамічного (формування, накопичення, розвиток, використання, оцінювання інноваційного потенціалу) аспектів інноваційного потенціалу.*

13. Лохман Н.В. Ідентифікація детермінантів інноваційного потенціалу. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Сер. Економіка і управління*. 2018. № 5, т. 29 (68). С. 58–62.

14. Лохман Н.В. Категоріальні аспекти діалектики інноваційного простору. *Торгівля і ринок*. 2018. № 43. С. 130–136.

15. Лохман Н.В. Визначення статусу туристичних підприємств залежно від оцінки інноваційного потенціалу. *Вісник ВІЕМ*. 2018. № 22. С. 138–146.

16. Лохман Н.В. Аналіз категорії «інноваційний кластер». *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 2 (51). С. 32–36.

17. Чернега О.Б., Лохман Н.В. Модель життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичного підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 2 (70). С. 27–31. *Особистий внесок полягає у визначенні етапів життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств та їхніх характеристик.*

Статті у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз та у періодичних наукових виданнях інших держав

18. Лохман Н.В. Морфологічний підхід до характеристики інноваційної інфраструктури. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 13. С. 225–231¹.

19. Лохман Н.В., Пасічник Н.В. Ідентифікація об'єктів інноваційної інфраструктури. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 170–173². *Особистий внесок полягає в ідентифікації та систематизації об'єктів інноваційної інфраструктури.*

20. Лохман Н.В. Модель інноваційної платформи підприємства. *Вісник ДонНУЕТ*. 2017. № 67. С. 25–34³.

21. Лохман Н.В. 3D-модель інноваційного процесу. *Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Сер. Економіка*. 2017. № 2 (79). С. 85–90⁴.

22. Лохман Н.В. Консолідація бізнес-процесів в рамках інноваційної діяльності підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2017. № 10. С. 34–36⁵.

23. Лохман Н.В. Ретроспективний індексний аналіз інтенсивності інноваційної діяльності в Україні. *Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку. Сер. Економіка*. 2017. Т. XVII, вип. 303. С. 103–109⁶.

¹ Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

² Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

³ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, ResearchBib, Scientific Indexing Services.

⁴ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, ResearchBib, Advanced Science Index, Google ScholarDirectory of Research Journals Indexing DRJI, Universal Impact Factor, General Impact Factor – GIF, Science Library Index, Cite Factor InfoBase Index Journal, Index Scientific Index Services, IndianScience.in Universal Impact Factor, Journal Impact Factor – JIF, Information Matrix for the Analysis of Journals – MIAR.

⁵ Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

⁶ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus, ResearchBib, Advanced Science Index, Google ScholarDirectory of Research Journals Indexing DRJI, Universal Impact Factor, General Impact Factor – GIF, Science Library Index, Cite Factor InfoBase Index Journal, Index Scientific Index Services, IndianScience.in Universal Impact Factor, Journal Impact Factor – JIF, Information Matrix for the Analysis of Journals – MIAR.

24. Лохман Н.В. Визначення інноваційної компетентності підприємства на основі його інноваційних компетенцій. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. № 26, ч. 1. С. 152–155⁷.

25. Лохман Н.В., Корнілова О.В. Розробка активної інвестиційної стратегії інжинірингових підприємств. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2017. № 5. С.131–136⁸. *Особистий внесок полягає у визначенні послідовності стратегічного планування активної інвестиційної стратегії підприємства.*

26. Лохман Н.В. Аутентифікація понятійно-категоріального апарату системи інноваційного потенціалу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. № 21. С. 137–141⁹.

27. Лохман Н.В. Когерентність статичного аспекту інноваційного потенціалу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки*. 2018. Вип. 32. С. 101–105¹⁰.

28. Лохман Н.В. Систематизація процесу дослідження розвитку інноваційного туристичного потенціалу. *Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Сер. Економіка*. 2018. № 4 (68). С. 38–43¹¹.

29. Лохман Н.В. Визначення інноваційного статусу регіонів на прикладі підприємств туристичної галузі України. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 23. С. 189–193¹².

30. Лохман Н.В., Пасічник Н.В. Семантичний аналіз управління інноваційним підприємством. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28. С. 179–182¹³. *Особистий внесок полягає у визначенні сутності категорії управління інноваційним підприємством.*

31. Системний підхід до моделювання управлінських ситуацій / Н.В. Лохман та ін. *Бізнес-новітатор*. 2018. № 4 (47). С. 87–90. URL: <http://www.business-navigator.ks.ua/2018>¹⁴. *Особистий внесок полягає у визначенні ролі системного підходу та системного аналізу при моделюванні управлінських ситуацій.*

32. Чернега О.Б., Лохман Н.В. Побудова моделей прогнозу розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. *Вісник ДонНУЕТ*. 2018. № 2 (69). С. 132–141¹⁵. *Особистий внесок полягає в розробці трендових моделей інноваційного потенціалу туристичних підприємств.*

⁷ Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

⁸ Міжнародні наукометричні бази: Scopus, Index Copernicus.

⁹ Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

¹⁰ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Google Scholar.

¹¹ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus, ResearchBib, Advanced Science Index, Google ScholarDirectory of Research Journals Indexing DRJI, Universal Impact Factor, General Impact Factor – GIF, Science Library Index, CiteFactor InfoBase Index Journal, Index Scientific Index Services, IndianScience.in Universal Impact Factor, Journal Impact Factor – JIF, Information Matrix for the Analysis of Journals – MIAR.

¹² Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

¹³ Міжнародна наукометрична база: Index Copernicus.

¹⁴ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Google Scholar.

¹⁵ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Google Scholar, Google Scholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services.

33. Лохман Н.В. Рейтинговий аналіз стану туристичної галузі в Україні. *Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Сер. Економіка*. 2019. № 2 (83). С. 82–87¹⁶.

34. Лохман Н.В. Провокатори розвитку інноваційного потенціалу. *The scientific heritage*. Budapest, Hungary. 2019. № 32, р. 2. С. 13–18.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

35. Лохман Н.В., Зозуля П.В. Підсистема контролю за реалізацією функцій щодо управління інноваційною діяльністю підприємства. *Реформування економіки України: стан та перспективи*: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. Київ : МІБО КНЕУ, 2008. С. 88–90. *Особистий внесок полягає в розробці методики моніторингу системи контролю реалізації інноваційної діяльності.*

36. Федан Д.М., Лохман Н.В. Регіональний аспект інноваційної активності сучасних підприємств. *Економіка і управління в умовах глобалізації*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. С. 333–336. *Особистий внесок полягає у визначенні проблем інноваційної діяльності підприємств України.*

37. Лохман Н.В., Буткевич В.І. Формування інвестиційної привабливості підприємства на основі інтегральних оцінок. *Наукова школа маркетингового менеджменту: 20 років творчої діяльності*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. С. 200–201. *Особистий внесок полягає в побудові ієрархічної моделі оцінки інвестиційної привабливості підприємства.*

38. Lokhman N., Janina E. European experience in innovation activity in Ukraine. *Економіка і управління в умовах глобалізації* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 30 січ. 2013 р. Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. Т. 2. С. 100–101. *Особистий внесок полягає в аналізі європейського досвіду розвитку інноваційної діяльності підприємств.*

39. Лохман Н.В., Поспешна К.М. Дослідження методів оцінки стратегічного потенціалу як основи стратегічного управління підприємством. *Економіка і управління в умовах глобалізації*: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 21 травня 2015 р. Кривий Ріг: ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2015. С. 20–23. *Особистий внесок полягає у виділенні методів оцінювання потенціалу підприємства.*

40. Lokhman N.V., Janina E. Information supporting of change management at the enterprise. *Економіка і управління в умовах глобалізації*: матеріали V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 25 травня 2016 р. Кривий Ріг: ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2016. С. 65–67. *Особистий внесок полягає в розробці підсистеми інформаційного забезпечення управління інноваційною діяльністю на підприємствах.*

¹⁶Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus, ResearchBib, Advanced Science Index, Google ScholarDirectory of Research Journals Indexing DRJI, Universal Impact Factor, General Impact Factor – GIF, Science Library Index, CiteFactor InfoBase Index Journal, Index Scientific Index Services, IndianScience.in Universal Impact Factor, Journal Impact Factor – JIF, Information Matrix for the Analysis of Journals – MIAR.

41. Лохман Н.В. Алгоритм пошуку і генерації інноваційної ідеї на підприємстві. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 7 грудня 2017 р. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. С. 206–208.

42. Лохман Н.В., Берідзе Т.М., Пасічник Н.В. Мотиваційні механізми інноваційної інфраструктури: сутність, наслідки. *International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings. Part II. November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. P. 1–3. Особистий внесок полягає у визначенні наслідків реалізації мотиваційних механізмів інноваційної інфраструктури.*

43. Лохман Н.В. Алгоритм дослідження інноваційного клімату. *Трансформація фінансових ринків в умовах глобальної нестабільності: реалії сьогодення та погляд у майбутнє*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Ірпінь, 2017. С. 295–297.

44. Лохман Н.В. Систематика функцій управління інноваційним підприємством. *Соціально-економічні проблеми сучасності*: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Маріуполь: ДонДУУ, 2018. С. 64–67.

45. Лохман Н.В. Імперативи розвитку управління інноваційним підприємством. *Стійкий розвиток національної економіки: актуальні проблеми та механізми забезпечення*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 27 квітня 2018 р. Кривий Ріг : ДонНУЕТ. С. 335–338.

46. Лохман Н.В. Систематизація принципів управління інноваційним підприємством. *Економіка і управління в умовах глобалізації*: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 25 травня 2018 р. Кривий Ріг : ДонНУЕТ ім. М. Туган–Барановського, 2018. С. 150–153.

47. Лохман Н.В. Контент-аналіз інноваційної політики підприємств. *Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії*: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 20 вересня 2018 р. Переяслав-Хмельницький. С. 21–23. URL: <http://conferences.neasmo.org.ua/>

48. Лохман Н.В. Площини розуміння та вживання терміна «потенціал». *Розвиток національних фінансово-економічних систем в умовах глобальних викликів*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 5 жовтня 2018 р. Київ. С. 308–310.

49. Лохман Н.В. Теоретичний базис категорії «потенціал». *Фінанси та соціальна економіка: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 29 вересня 2018 р. Львів: ЛЕФ, 2018. С. 44–48.

50. Лохман Н.В. Провокатори інноваційного потенціалу, як передумови розвитку країни. *Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 26–27 квітня 2018 р. Дніпро : Нац. метал. академія України. 2018. Т. 1. С. 106–109.

51. Лохман Н.В. Методологічні засади дослідження інноваційного потенціалу туристичних підприємств. *Модернізація фінансово-кредитної системи України: виклики глобалізації*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 20 березня 2019 р. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. С. 94–97.

52. Лохман Н.В. Концептуальні засади розуміння інноваційного підприємництва. *Сучасні технології менеджменту забезпечення сталого розвитку економіко-правових систем в умовах євроінтеграції*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 18–19 квітня 2019 р. Черкаси. С. 69–71.

53. Лохман Н.В. Розвиток категорії «інноваційне підприємство». *Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління*: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., 25 лютого 2019 р. Київ. С. 138–142.

54. Лохман Н.В. Взаємозв'язок туристичного сектора з іншими секторами економіки при формуванні інноваційного потенціалу. *Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 26 квіт. 2019 р. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. С. 112–114.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

55. Лохман Н.В., Корнілова О.В. Процес управління інвестиційною діяльністю на вітчизняних підприємствах. *Торгівля і ринок України*. 2015. С. 151–160. *Особистий внесок полягає в розробці алгоритму процесу управління інвестиційною діяльністю на вітчизняних підприємствах.*

56. Лохман Н.В., Берідзе Т.М. Аналіз інвестиційної стратегічної поведінки підприємства. *Scientific, Journal Virtus*, 2017. № 16. С. 189–191. *Особистий внесок полягає в розробці методики аналізу інвестиційної стратегічної поведінки підприємства.*

57. Лохман Н.В., Корнілова О.В. Система організації інвестиційної діяльності підприємства. *Research: tendencies and prospects*. Mexico City, Mexico. 2017. С. 93–95. *Особистий внесок полягає в розробці теоретичних аспектів вдосконалення теорії виробничих систем в управлінні підприємством.*

58. Лохман Н.В. Концептуальні засади управління інноваційним підприємством. *Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. Журнал Київського університету ринкових відносин*. 2018. № 3. С. 118–129.

АНОТАЦІЯ

Лохман Н.В. Розвиток інноваційного потенціалу туристичних підприємств: теорія, методологія, практика. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля». – Дніпро, 2019.

У дисертації наведено комплексне вирішення наукової проблеми обґрунтування теоретико-методологічних положень та розробки рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Визначено змістове наповнення поняття інноваційного потенціалу підприємства. Уточнено понятійно-категоріальну сутність розвитку

інноваційного потенціалу підприємств. Удосконалено ідентифікацію детермінантів розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Сформовано теоретико-методологічні засади дослідження розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Удосконалено концептуальну схему розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Розроблено профіль життєвого циклу інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Запропоновано авторський підхід до визначення статусу туристичних підприємств. Удосконалено методичний інструментарій встановлення зв'язку між ефектами використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Розвинуто системну конфігурацію управління інноваційним потенціалом туристичних підприємств за компетентнісним підходом. Удосконалено науково-методичний підхід щодо комплементації інноваційних та інвестиційних стратегій розвитку інноваційного потенціалу. Розроблено теоретико-методичні засади когерентності інноваційного потенціалу з інноваційними категоріями туристичних підприємств.

Удосконалено механізм інформаційно-аналітичного забезпечення моделювання розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Обґрунтовано методичний підхід до прогнозування та дисемінації прогнозних трендів розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Ключові слова: розвиток, інноваційний потенціал, туристичні підприємства, статус, ефект, управління, ресурси, прогнозування.

АННОТАЦІЯ

Лохман Н.В. Развитие инновационного потенциала туристических предприятий: теория, методология, практика – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Высшее учебное заведение «Университет имени Альфреда Нобеля». – Днепро, 2019.

В диссертации разработаны теоретико-методологические положения и практические рекомендации по развитию инновационного потенциала туристических предприятий.

Уточнена категория «инновационный потенциал предприятия». Сформулирован «принцип домино экспансии инновационного потенциала экономических систем» для подтверждения взаимозависимости потенциалов макро-, мезо-, микро-, наноуровней.

Конкретизировано понятие развития инновационного потенциала предприятий как процесса перехода от текущего состояния к ожидаемому состоянию, исследуемого согласно статичному подходу (структура инновационного потенциала) и динамичному подходу (формирование, накопление, диффузия, использование инновационного потенциала).

Осуществлена идентификация детерминантов развития инновационного потенциала предприятия, с помощью которой выделены дискретные доминанты: провокаторы-предпосылки, катализаторы-приоритеты, стабилизаторы-принципы, дестабилизаторы-преграды, активизаторы-предложения по преодолению преград, индикаторы-оценочные показатели и приведены их характеристики.

Сформулированы теоретико-методологические основы исследования развития инновационного потенциала туристических предприятий, в которых выделены взаимосвязанные теоретико-методологическая праксеологическая плоскости.

Предложена концептуальная схема развития инновационного потенциала туристических предприятий, в которую введены такие дополнительные блоки: институционный блок; блок информационно-методического обеспечения; мотивационно-результативный блок.

Разработан профиль жизненного цикла инновационного потенциала туристических предприятий на основе использования модифицированной системы координат. По горизонтали показаны фазы развития инновационного потенциала во времени (старт, ускорение, рекорд, торможение); по вертикали – прирост дохода от реализации инновационного бренда туристических предприятий. Определены стадии жизненного цикла: формирование, накопление, диффузия, рутинность.

Проведена кластеризация туристических предприятий по степени активности действий в инновационных процессах (эксплеренты, виоленты, пациенты, коммутанты).

Предложен авторский подход к определению статуса туристических предприятий согласно оценке инновационного потенциала в формате интегрального показателя ранга инновационного потенциала туристических предприятий. Туристические предприятия могут иметь следующий статус: инновационный локомотив; инновационный драйвер; инновационный форсаж; инновационный мост; инновационный вакуум. Сформированы предложения по выбору подходов, способов и приемов дальнейшего развития инновационного потенциала туристических предприятий – кайдзен, бенчмаркинг, реинжиниринг, краудсорсинг, рефрейминг.

Предложен методический инструментарий установления связи между эффектами использования инновационного потенциала туристических предприятий путем сегрегации этиологических (причинных) и патогенезных (следственных) связей между экономическими, инвестиционными, бюджетными, ресурсными, экологическими, социальными, туристическими, техническими, интеллектуальными, правовыми, рыночными, коммерческими, репутационными эффектами.

Получила развитие системная конфигурация управления инновационным потенциалом туристических предприятий на основе компетентностного подхода как капсуляция определенных сфер управления инновационным потенциалом (стратегическое управление инновационным

потенциалом, управление качеством и конкурентоспособностью инновационного потенциала, управление инновационной инфраструктурой, управление инновационной активностью потенциала, управление инвестиционным обеспечением инновационного потенциала, маркетинговое управление инновационным потенциалом на основе жизненного цикла, управление инновационными рисками).

На основе расчета интегрального индикатора интенсивности инновационной стратегии и интегрального индикатора интенсивности инвестиционной стратегии усовершенствован научно-методический подход к комплементации инновационных и инвестиционных стратегий развития инновационного потенциала.

Определены теоретико-методические основы когерентности инновационного потенциала с инновационными категориями туристических предприятий. Предложена инновационная платформа, сочетающая связи между инновационным потенциалом и инновационными бизнес-процессами, инновационной деятельностью и инновационным продуктом. Разработана 3D-модель инновационного процесса, основанная на выделении плоскости инновационного процесса (разработка инновационного продукта – освоение и производство, освоение и производство – коммерциализация и сбыт, разработка инновационного продукта – коммерциализация и сбыт) и взаимодействии плоскостей 3D-модели с информационными полями (собственные инновации, общедоступные инновации, коммерциализованные инновации, скрытые инновации). Модернизирована архитектура инновационной деятельности туристического предприятия с учетом последовательности этапов инновационной деятельности: маркетинг, разработка инновационного продукта, освоение и производство, коммерциализация и сбыт. Разработаны протоколы бизнес-процессов инновационной деятельности туристических предприятий, где отражена последовательность действий по реализации отдельных этапов и стадий инновационной деятельности.

Усовершенствован механизм информационно-аналитического обеспечения моделирования развития инновационного потенциала туристических предприятий путем введения этапизации, конкретизации методов и инструментов.

Развит методический подход к прогнозированию и диссеминации прогнозных трендов развития инновационного потенциала туристических предприятий. Обоснован выбор сценария прогнозного развития инновационного потенциала – прогрессивный, стабильный, рецессивный. Разработана дорожная карта последовательности действий «прогноз – реализация – имплементация». Предложен алгоритм имплементации инновационного проекта на туристическом предприятии.

Ключевые слова: развитие, инновационный потенциал, туристические предприятия, статус, эффект, управление, ресурсы, прогнозирование.

SUMMARY

Lokhman N.V. Development of innovative potential of tourism enterprises: theory, methodology, practice. – Manuscript.

Dissertation for Doctor's Degree in Economics within the area of study 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (by types of economic activity). – Higher education institution „Alfred Nobel University”. – Dnipro, 2019.

The dissertation presents a complex solution to the scientific problem of substantiation of theoretical and methodological provisions and development of recommendations on the development of the innovative potential of tourism enterprises.

The content of the concept of the innovative potential of the enterprise has been determined. The conceptual and categorical essence of the development of the innovative potential of enterprises has been specified. The identification of the determinants of the development of the innovative potential of the enterprise has been improved.

The theoretical and methodological foundations of the research on the development of the innovative potential of tourism enterprises have been formed. The conceptual scheme for the development of the innovative potential of tourism enterprises has been improved. The life cycle profile of the innovation potential of tourism enterprises has been developed.

The author's approach to determining the status of tourism enterprises is proposed. The methodological toolkit for establishing the link between the effects of using the innovative potential of tourism enterprises has been improved.

The system configuration for managing the innovative potential of tourism enterprises by a competent approach has been developed. The scientific and methodological approach to the complementarity of innovative and an investment strategy for the development of innovative potential has been improved. The theoretical and methodological foundations of coherence of innovative potential with innovative categories of tourism enterprises have been developed.

The mechanism of information-analytical support for the modeling of the development of the innovative potential of tourism enterprises has been improved. The methodical approach to forecasting and dissemination of forecast trends in the development of the innovative potential of tourism enterprises has been substantiated.

Key words: development, innovation potential, tourism enterprise, status, effect, management, resources, forecasting.

Наукове видання

Лохман Наталя Володимирівна

**РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Підписано до друку 21.10.2019 р.

Формат 60×84/16. Папір офсетний. Оперативна поліграфія.
Ум.-др. арк. 1,9. Обл.-вид. арк. 2,01. Тираж 100 пр. Зам. № О 634.

Віддруковано ТОВ «Роял Принт».
49052, м. Дніпро, вул. В. Ларіонова, 145.
Тел. (056) 794-61-05, 04
Свідоцтво ДК № 4765 від 04.09.2014 р.