

виробництвом та реалізацією удосконаленої продукції чи процесу, аналогічної продукції; стратегія копіювання – пов'язана з випуском продукції на основі придбання ліцензій; пасивна інноваційна стратегія – включає розробку і впровадження маркетингових і організаційних інновацій.

Розробка і реалізація інноваційної стратегії малого підприємства без інвестиційних вкладень не зможе існувати, тому щоб інноваційна стратегія була ефективною, мале підприємство має розглянути можливості здійснення взаємопов'язаних інвестицій в різні сфери своєї діяльності (розробка або придбання технологічних інновацій; створення сучасної організаційно – виробничої структури; створення збутової і маркетингової мережі). Під час інноваційної діяльності можна розвиватись з найбільшим прибутком, лише якщо чітко орієнтуватись на певний об'єкт і враховувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Для інновацій характерно – новизна, можливість модифікації, можливість дифузії, прогресивність, конкурентоспроможність, адаптивність до нових умов виробництва, а також показники економічної, соціальної і екологічної ефективності. Дані показники впливають на кінцеві результати діяльності підприємства: на собівартість і ціну продукції, її якість, обсяг продажів і прибутку, рівень рентабельності [4].

Отже, успіх інноваційної діяльності малого підприємства залежить від доступності і обсягу необхідних ресурсів, які є на підприємстві, від здатності швидко змінюватись, гнучкості менеджменту і його адаптації до нових умов, неординарності створюваних інноваційних рішень, вміння оцінити і спрогнозувати комерційну вигоду, ефективності організаційно-управлінських механізмів, завдяки яким реалізуються інноваційні проекти, рівня розвитку інноваційної інфраструктури, яка підтримує діяльність підприємств у цій сфері.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2006. № 45. Ст. 434. Zakon Ukrainy «Pro derzhavne rehulivannia diialnosti u sferi transferu tekhnolohii»[in]: Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), 2006, № 45, St. 434.
2. Закон України «Про наукові парки» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2009, № 51, ст. 757 Zakon Ukrainy «Pro naukovі parky» [in]: Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), 2009, № 51, St. 757.
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник. – К. : ДП "Інформаційно-видавничий центр Держстату України", 2012. – 305 с.
4. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Авт.упоряд.: Г. О. Андрощук, І. Б. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко.– К: Парламентське вид-во, 2009. – 632 с.

Біляєв С.С.

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь, Україна

Колух Я.О.

студентка 4-го курсу Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького м. Мелітополь, Україна

ІННОВАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку ринку туристичних послуг, ефективна організаційна діяльність туристичних підприємств багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних методів та технологій, спрямованих на вдосконалення процесу створення туристичного продукту, розвитку туристичної інфраструктури та поліпшення й розширення сервісних туристичних можливостей.

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає поняття «інновації», як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [3, ст.1].

Інновації в туризмі - це системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні[1, с. 38].

Гуржій Н.М. зазначає, що специфіка інноваційної діяльності в туризмі визначається:

- 1) використанням передових інформаційних технологій у наданні традиційних транспортних, готельних та інших послуг;
- 2) наповненням новими властивостями традиційних послуг та впровадженням нових послуг;
- 3) освоєнням нових туристичних ресурсів;
- 4) використанням сучасних форм організаційно-управлінської діяльності у сфері виробництва і споживання традиційних туристичних послуг;
- 5) виявленню і використанню нових ринків збуту туристичних послуг і товарів [2, с.221-222].

В положеннях Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС), виділяють три напрями розвитку інновацій в організаційній діяльності туристичних підприємств, а саме: організаційний, маркетинговий і продуктовий.

Сутність організаційних інновацій, полягає у застосуванні нововведень, які насамперед пов'язані із розвитком та удосконаленням управлінської діяльності та організаційної структури туристичних підприємств. Таким чином, під час впровадження даної інновації туристичні підприємства на основі використання сучасних методів, інструментів, технологій та новітньої техніки можуть здійснювати структурні зміни (наприклад реорганізацію, укрупнення, поглинання тощо), удосконалювати кадрову політику (оновлення та заміна кадрового складу, підвищення кваліфікації, перепідготовка та мотивація персоналу); займатися процесом раціоналізації економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість становища та розвитку туристичного підприємства).

Маркетингові інновації сприяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу туристів.

Продуктові інновації – циклічні (періодичні) нововведення, які спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги.

Отже, на наш погляд впровадження сучасних інновацій (організаційних, маркетингових, продуктових) у практику вітчизняних туристичних підприємств сприятиме збільшенню туристичних потоків, покращить економічні (фінансові) показники діяльності турпідприємств, підвищить їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку туристичних послуг та забезпечить високий рівень якості обслуговування туристів.

Список використаних джерел

1. Власова Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі / Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семененко // *Культура народів Причорномор'я*. – 2009. – № 176. – С. 113–114.
2. Гуржій Н.М. Інноваційні технології в туристичній індустрії / Н.М. Гуржій, А.В. Третинко // *Сталий розвиток економіки*. - 2013. - №3. - С.221-224.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. - №40-IV // *Урядовий кур'єр* від 07.08.2002— № 143

Біляєв С.С.

кандидат економічних наук

старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування

Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького

м. Мелітополь, Україна

Литвинчук К. С.

студентка 4-го курсу

Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького

м. Мелітополь, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – ГАРАНТІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Аналіз функціонування і особливостей розвитку вітчизняних підприємств, показує що підвищення рівня їх конкурентоспроможності на внутрішньому та світових ринках передбачає впровадження сучасних інноваційних технологій, як в процес виробництва, так і здійснення управлінської діяльності. А це можливе завдяки здійсненню інвестиційної діяльності, яка забезпечує зростання ефективності виробництва шляхом запровадження нових прогресивних підходів та методів управління, нової техніки та технологій. Саме достатнє інвестування в інновації стане запорукою економічного зростання вітчизняних підприємств.