

ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО СТАТУСУ РЕГІОНІВ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

DETERMINATION OF INNOVATIVE STATUS OF REGIONS ON THE EXAMPLE OF ENTERPRISES OF THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE

У статті запропоновано, апробовано методику визначення інноваційного статусу регіонів на прикладі підприємств туристичної галузі. Розгляд інноваційного потенціалу підприємства як підсистеми регіональної економічної системи засновано на аналізі показників інноваційного розвитку цих підприємств. В результаті сформульовано основні етапи оцінювання інноваційного статусу регіонів підприємств туристичної галузі, такі як визначення показників для оцінювання інноваційного статусу підприємств; створення актуальної інформаційної бази; автоматизація її проведення розрахунків якісних та кількісних показників інноваційного статусу підприємств; прийняття рішення щодо інноваційного статусу регіону на основі рейтингу підприємств.

Ключові слова: регіон, підприємство, інновація, туристична галузь, статус, показник.

В статье предложена, апробирована методика определения инновационного статуса регионов на примере туристической отрасли. Рассмотрение инновационного потенциала предприятия как подсистемы региональной экономической системы основано на анализе показателей инновационного развития этих предприятий. В результате сформулированы основные этапы оценивания инновационного статуса регионов предприятий туристической отрасли.

такие как определение показателей для оценивания инновационного статуса предприятий; создание актуальной информационной базы; автоматизация и проведение расчетов качественных и количественных показателей инновационного статуса предприятий; принятие решения об инновационном статусе региона на основе рейтинга предприятий.

Ключевые слова: регион, предприятие, инновация, туристическая отрасль, статус, показатель.

The article proposes and tests the methodology for determining the innovation status of regions on the example of enterprises of the tourism industry. Consideration of the innovative potential of the company as a subsystem of the regional economic system is based on the analysis of indicators of innovation development of these enterprises. As a result, the main stages of assessing the innovation status of the regions of enterprises in the tourism industry are formulated: the definition of indicators for assessing the innovation status of enterprises; the creation of an actual information base; automation and calculation of qualitative and quantitative indicators of innovation status of enterprises; making a decision on the innovation status of the region based on the rating of enterprises.

Key words: region, enterprise, innovation, tourism industry, status, indicator.

УДК 338.012

Лохман Н.В.

к.е.н., доцент,
завідувач кафедри економіки та бізнесу
Донецький національний університет
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Постановка проблеми. Стан розвитку туристичної галузі України перебуває сьогодні на стадії активного розвитку. Це пов'язане як з процесами глобалізації та інтеграції України в європейське середовище, так і з реформуванням соціально-економічних процесів у самій країні. І якщо, з одного боку, ці причини забезпечують рух туристичних потоків в інші країни, то, з іншого боку, вони ж сприяють розвитку внутрішнього туризму [9]. Тому туристична галузь сьогодні потребує достатньої уваги як на рівні країни, так і з позиції розвитку її окремих регіонів, які розвиваються завдяки результатам діяльності окремих туристичних підприємств.

Накопичений досвід інноваційного розвитку показує, що відділити процес розвитку регіону від його інноваційної спрямованості неможливо. На практиці обидва процеси протікають одночасно і навряд чи піддаються розділенню на два самостійні етапи, оскільки і той, і інший процеси мають на меті отримання економічного й соціального ефекту. Для обґрунтування інноваційного регіонального статусу існує необхідність всебічного дослідження інноваційного розвитку регіонів на прикладі підприємств туристичної галузі, що передбачає насамперед побудову відповідного

інструментарію визначення статусного положення регіональних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Розвиток економіки багато в чому обумовлений досягненнями науково-технічного прогресу та рівнем інноваційного потенціалу економічної системи. Питанням інноваційної діяльності у визначенні конкурентоспроможності регіональної економіки присвячені дослідження Л.Н. Сафіулліна [1]. Інноваційний розвиток підприємств висвітлений такими авторами, як П.П. Микитюк, Ж.Л. Крисько, О.Ф. Овсянюк-Бердадіна, С.М. Скочиляс [2]. О.А. Адаменко зазначає, що «сьогодні немає ефективно сформованого методичного інструментарію інноваційного управління конкурентним статусом підприємства» [3]. Дослідження цього автора [4] присвячені інноваційному розвитку, ван розглядає постійне здійснення інноваційної діяльності з метою безперервного підвищення ефективності діяльності. Змістовний концептуальний аналіз висвітлений у роботі [5], де розроблено важелі управління інноваційною діяльністю на підприємствах; показано зв'язок між інноваційним та організаційним розвитком економіки.

Аналіз наукових досліджень довів значущість проблематики інновацій, а також висвіт-

лив питання, що потребують більш докладного вивчення. Це стосується дослідження інноваційного статусу регіонів на прикладі підприємств туристичної галузі, що дасть змогу прийняти ефективні рішення щодо подальшого розвитку туристичної галузі в регіоні.

Постановка завдання. Сучасний стан української економіки висунув цілу низку питань розвитку інноваційної політики в мінливих умовах. Одне з найголовніших питань полягає у визначенні інноваційного статусу регіону, тому що ринкові відносини зажадали докорінної зміни самої сутності інновацій, переходу на самостійне планування шляхів та способів впровадження інновацій на регіональному рівні. Безсумнівно, особливої уваги заслуговує всебічний аналіз інноваційного регіонального статусу підприємств, що є підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень. Подальший розвиток регіональної інноваційної політики має ґрунтуватись на результатах оцінювання інноваційного статусу підприємств, які відносяться до окремих галузей цього регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінювання інноваційного статусу – це інструмент, за допомогою якого менеджмент виявляє та визначає свою діяльність відповідно до вимог конкурентоспроможності з метою вкладення засобів у найбільш прибуткові чи перспективні напрями розвитку.

Виділяють такі етапи оцінювання інноваційного регіонального статусу підприємства: 1) вивчення конкурентної боротьби, для чого використовується модель рушійних сил конкуренції М. Портера [6]; 2) визначення стадії розвитку галузі, для чого використовуються показники, які характеризують темпи зростання, її потенціал, еволюцію продуктів та технології.

Якісні та кількісні орієнтири інноваційної політики є основою розроблення маркетингової, інвестиційної, технологічної та організаційної функціональних стратегій розвитку підприємства [8].

Реалізація інновацій обумовлює необхідність проведення відповідних перетворень. Треба відзначити, що, незважаючи на певні труднощі впровадження інновацій, підприємства України показують позитивну динаміку в цьому напрямі. Так, згідно з офіційними статистичними даними, впродовж 2014–2016 рр. частка підприємств, які займались інноваційною діяльністю за рекомендованими видами економічної діяльності, становила 18,4%. Слід зазначити, що існує прямий зв'язок між розміром підприємства та рівнем його інноваційності, оскільки для впровадження інновацій необхідно мати певну кількість персоналу, задіяного у виконанні наукових досліджень і розробок (далі – НДР) [7].

Безумовно, потрібно ретельно враховувати власну потенцію до інновацій в технічному, фінансовому та інших аспектах.

Тому вважаємо, що доцільно процес визначення інноваційного регіонального статусу підприємств здійснювати на засадах математико-статистичної методології. Відправним матеріалом економіко-статистичного вивчення інноваційних процесів є ряд числових даних, що є змінами показника інновацій в певні моменти часу, тобто ряду динаміки.

Сутність оцінювання інноваційного регіонального статусу полягає в тому, що вона використовується заради впровадження регіональної інноваційної політики.

Ми пропонуємо на основі алгоритму, представленого такими авторами, як В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим [8], модифікувати етапи таким чином:

- 1) визначити показники для оцінювання інноваційного статусу підприємств;
- 2) створити актуальну інформаційну базу;
- 3) автоматизувати та провести розрахунки якісних і кількісних показників інноваційного статусу підприємств;
- 4) прийняти рішення щодо інноваційного статусу регіону на основі рейтингу підприємств.

Далі наведено практичну реалізацію формалізованих розрахунків якісних і кількісних показників інноваційного статусу підприємств та визначення інноваційного статусу регіонів на прикладі туристичної галузі України.

Регіональну інноваційну позицію j -го підприємства $[P_{np(t)_j}]$ на означений момент часу можна визначити за допомогою такої методики [8]:

$$P_{np(t)_j} = \{k_{1j}(t), k_{2j}(t), k_{3j}(t)\} \quad t = t_j, \quad (1)$$

де $k_{1j}(t)$ – показник, що характеризує ринкову частку j -го підприємства в інноваційній зоні господарювання на визначений момент часу $t = t_j$; $k_{2j}(t)$ – показник, що характеризує інтенсивність інновації в регіоні, де діє j -го підприємство; $k_{3j}(t)$ – показник, що характеризує інноваційну позицію j -го підприємства стосовно підприємства-лідера.

Згідно з методикою [8] інноваційний регіональний статус i -го підприємства позначається набором показників.

Для одержання еталона P_0 всі ознаки поділяються на стимулятори та дестимулятори. Показники, що здійснюють позитивний стимулюючий вплив на інноваційний статус підприємства, є стимуляторами, а ознаки з протилежними властивостями – дестимуляторами. Еталоном буде точка багатомірного простору, що утворена за таким правилом: серед показників-стимуляторів I_1 відбираються дані з максимальними значеннями, серед дестимуляторів I_2 – з мінімальними (2):

$$P_0 = (z_{01}, \dots, z_{0k}, \dots, z_{0n}), \quad (2)$$

де $z_{0k} = \max z_{ik}$, якщо $k \in I_1$, $z_{0k} = \min z_{ik}$, $k \in I_2$.

Далі здійснюється оцінювання якості у вигляді узагальнюючого показника, що є синтетичною величиною, тобто рівнодіючою всіх ознак. Це дає змогу за її допомогою лінійно впорядкувати елементи, що беруть участь в аналізі.

Кількісна оцінка рівня інноваційного статусу (рівня якості) визначається як евклідова відстань до точки-еталону (3):

$$C_{i0} = \left[\sum (z_{ik} - z_{ok})^2 \right]^{\frac{1}{2}}. \quad (3)$$

Далі визначаються середня величина відстані між точками:

$$\bar{C}_0 = \frac{1}{m} \sum C_{i0}$$

та середньоквадратичне відхилення (4):

$$S_0 = \left[\frac{1}{m} \sum (C_{i0} - \bar{C}_0)^2 \right]^{\frac{1}{2}}. \quad (4)$$

Величину C_0 знаходимо за такою формулою (5):

$$C_0 = \bar{C}_0 + 2S_0. \quad (5)$$

Нарешті, знаходимо інтегральний показник $d = \frac{C_{i0}}{C_0}$. Цей показник для кожного підприємства є кількісною оцінкою рівня інноваційного статусу за даним набором компонентів. Далі отримані дані ранжують та інтерпретують.

Відповідно до запропонованої методики здійснимо розрахунки для найбільш розвинених підприємств туристичної галузі (турфірм) різних регіонів України. Підприємства вибиралися з різних областей України. Отже, у Дніпропетровській області ми вибрали підприємства «Ярд», «Фараон»; у Запорізькій області – «Палермо», «Скіф»; у Херсонській області – «Магніт», «Контакт»; у Волинській області – «Етнотур». Ці підприємства забезпечують підготовку, виконання та надання послуг туристам саме в представлених регіонах.

Визначено тип інноваційного статусу вказаних вище підприємств (табл. 1).

На наступному етапі оцінювання інноваційного статусу підприємств розраховано інтегральний показник кількісної оцінки інноваційного статусу підприємства. За початкову вибірку даних взято масив коефіцієнтів інноваційної позиції

підприємств. Після стандартизації вхідних даних проведено конструювання еталона інноваційного статусу P_0 . Для цього всі ознаки, тобто показники масиву, повинні поділитись на стимулятори, що мають позитивний вплив на досліджуваний об'єкт, і дестимулятори, що впливають на нього негативно.

Оскільки на цьому етапі розглядаються показники, що відображають інноваційну ринкову частку підприємства, рівень його інноваційної спроможності на ринку та відносну частку ринку підприємства до лідера галузі, то з можна стверджувати, що ці ознаки є стимуляторами.

Визначені такі множини еталону регіонального інноваційного статусу для кожного з підприємств, які розглядаються: $P_1; P_2; P_3; P_4; P_5; P_6; P_7$.

Отже, розраховується кількісна оцінка рівня інноваційного статусу, або рівня якості, C_0 для кожного з підприємств, чий інноваційний статус аналізується: $C_{01}=2,26; C_{05}=0,963; C_{02}=1,29; C_{06}=0,486; C_{03}=1,57; C_{07}=0,878; C_{04}=2,66$. Визначено середню величину відстані між точками ($\bar{C}_0 = 3,023$) та середньоквадратичне відхилення ($S_0 = 0,718; C_0 = 4,459$).

Останнім кроком є розрахунок інтегрального показника d для кожного із зазначених підприємств. Цей показник виступає кількісною оцінкою рівня інноваційного статусу за даним набором компонентів [10]. Отримані дані наведено в табл. 2.

Як видно з табл. 2, значення інтегрального показника конкурентного статусу варіюється від 0,1 до 0,59. Чим більше цей показник, тим більше

Таблиця 2

Інтегральний показник інноваційного статусу підприємств туристичної галузі за регіонами

№	Найменування підприємства	Інтегральний показник оцінки конкурентного статусу
1	Ярд	0,507
2	Фараон	0,2893
3	Палермо	0,3558
4	Скіф	0,5970
5	Магніт	0,2159
6	Контакт	0,1049
7	Етнотур	0,1970

Таблиця 1

Якісна оцінка інноваційної позиції підприємств туристичної галузі за регіонами

№	Найменування підприємства	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
1	Ярд	Стійка	Стійка	Стійка	Стійка	Стійка
2	Фараон	Мінлива	Мінлива	Мінлива	Мінлива	Мінлива
3	Палермо	Мінлива	Стійка	Мінлива	Стійка	Стійка
4	Скіф	Стійка	Стійка	Стійка	Стійка	Стійка
5	Магніт	Мінлива	Мінлива	Мінлива	Мінлива	Мінлива
6	Контакт	Мінлива	Мінлива	Нестійка	Мінлива	Нестійка
7	Етнотур	Нестійка	Мінлива	Мінлива	Нестійка	Мінлива

Якісні показники інтегральної оцінки інноваційного статусу підприємств туристичної галузі за регіонами

№	Найменування підприємства	Якісна оцінка інноваційного статусу	Місце підприємства
1	Ярд	Висока	1
2	Фараон	Задовільна	3
3	Палермо	Середня	2
4	Скіф	Висока	1
5	Магніт	Низька	4
6	Контакт	Низька	4
7	Етнотур	Низька	4

частка ринку, яку займає підприємство, тим вище рівень його інновацій. Згідно з отриманими даними найкращий інноваційний статус має «Скіф» (Запорізька область), а підприємством-аутсайдером є «Контакт» (Херсонська область).

Ці кількісні показники легко інтерпретуються в якісні, що показано в табл. 3.

Далі за допомогою методу суми місць визначимо місце окремого регіону за інноваційним статусом на прикладі підприємств туристичної галузі:

1) Дніпропетровська область ($4 / 2 = 2$) посідає 2 місце;

2) Запорізька область ($3 / 2 = 1,5$) – 1 місце;

3) Херсонська область ($8 / 2 = 4$) – 3 місце;

4) Волинська область ($4 / 1 = 4$) – 3 місце.

Розрахунки показали, що найкращий інноваційний статус має Запорізька область, наступну позицію має Дніпропетровська область, а Херсонська та Волинська області мають однаковий нижчий рівень інноваційного статусу.

Висновки з проведеного дослідження. Запропоновано методика визначення інноваційного статусу регіонів на прикладі підприємств туристичної галузі, яка складається з таких етапів, як визначення показників для оцінювання інноваційного статусу підприємств; створення актуальної інформаційної бази; автоматизація та проведення розрахунків якісних і кількісних показників інноваційного статусу підприємств; прийняття рішення щодо інноваційного статусу регіону на основі рейтингу підприємств. На основі практичної реалізації формалізованих розрахунків якісних та кількісних показників інноваційного статусу підприємств визначено інноваційний статус регіонів на прикладі туристичної галузі. Отже, перше місце посідає Запорізька область, друге місце – Дніпропетровська область, третє місце – Херсонська та Волинська області.

Вважаємо доцільним в подальшому забезпечити оцінювання інноваційного статусу регіонів з використанням латентних показників з метою формування системи функціонального впливу найбільш суттєвих факторів на інноваційні складові.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сафиуллин Л.Н., Пикулев А.А. Инновационные аспекты повышения конкурентоспособности региона. Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2011. № 2. С. 58–61. URL: <https://interactive-plus.ru/e-articles/252/Action252-18588.pdf>.

2. Інноваційний розвиток підприємства / за ред. П.П. Микитюка. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.

3. Адаменко О.А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2010. № 35. С. 5–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npukht_2010_35_3.

4. Ус Ю.В. Конкурентний статус підприємства: методичний інструментарій інноваційного управління. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. Вип. 56. С. 53–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2016_56_9.

5. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / відп. ред. Ю.В. Кіндзерський. Київ: Ін-т економіки та прогнозування НАНУ, 2007. 408 с.

6. Портер М.Э. Конкуренция. Москва: Вильямс, 2005. 608 с.

7. Статистичний збірник України // Укрстат. 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

8. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи. Харків: ІНЖЕК, 2003. 328 с.

9. Зікеєва С.Г. Туристична галузь України в період євроінтеграції: соціально-економічний аспект. Економіка і менеджмент культури. 2013. № 1. С. 61–66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk_2013_1_13.

10. Берідзе Т.М. Економічний моніторинг конкурентоспроможності підприємств регіону. Прикладна статистика: проблеми теорії і практики: збірник наукових праць. Київ: НАСОА, 2010. С. 236–242.

REFERENCES:

1. Safiullin L.N., Pikulev A.A. (2011) "Innovationnyye aspekty povysheniya konkurentosposobnosti regiona" Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. Vol. 2, pp. 58–61, [Online],

available at: <https://interactive-plus.ru/e-articles/252/Action252-18588.pdf>.

2. Mykytyuk P.P. (2015) *Innovatsiynyy rozvytok pidpryyemstva* [Innovative development of the enterprise], Izdatel'stvo "Printer Inform", Ternopil, Ukraine.

3. Adamenko O.A. (2010) "Kontseptual'ni zasady innovatsiynoho rozvytku pidpryyemstv" *Naukovi pratsi Natsional'noho universytetu kharchovykh tekhnolohiy*. Vol. 35, pp. 5–10, [Online], available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2010_35_3.

4. Us Yu.V. (2016) "Konkurentnyy status pidpryyemstva: metodychnyy instrumentariy innovatsiynoho upravlinnya" *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. Vol. 56, pp. 53–58, [Online], available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2016_56_9.

5. Kindzersky Yu.V. (2007) *Promyslovyi potentsial Ukrainy: problemy ta perspektyvy strukturno-innovatsiynyykh transformatsiy* [Industrial potential of Ukraine: problems and perspectives of structural-innovative

transformations], Izdatel'stvo "Instytut ekonomiky ta prohnozuvannya NAN Ukrainy", Kyiv, Ukraine.

6. Porter M.E. (2005) *Konkurentsya* [Competition], Izdatel'stvo "Williams", Moscow, Russia.

7. Statistical collection of Ukraine (2018) [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

8. Ponomarenko V.C., Trydid O.M., Kyzym M.O. (2003) *Stratehiya rozvytku pidpryyemstva v umovakh kryzy* [Strategy of enterprise development in the conditions of crisis], Izdatel'stvo "INZHEK", Kharkiv, Ukraine.

9. Zikeeva S.G. (2013) "Turystychna haluz' Ukrainy v period yevrointehratsiyi: sotsial'no-ekonomichnyy aspekt" *Ekonomika i menedzhment kul'tury*, Vol. 1, pp. 61–66, [Online], available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk_2013_1_13.

10. Beridze T.M. (2010) "Ekonomichnyy monitorynh konkurentospromozhnosti pidpryyemstv rehionu" *Prykladna statystyka: problemy teorii i praktyky*. NASOA. Zbirnyk naukovykh prats/ Kyiv, pp. 236–242.

Lokhman N.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Department of Economics and Business
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

DETERMINATION OF INNOVATIVE STATUS OF REGIONS ON THE EXAMPLE OF ENTERPRISES OF THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE

The current state of the Ukrainian economy has raised a number of issues regarding the development of innovation policy in a changing environment. One of the most important issues is the definition of the innovation status of the region because market relations demanded a radical change in the very essence of innovation, the transition to the independent planning of ways and means of introducing innovations at the regional level. Undoubtedly, a comprehensive analysis of the innovative regional status of enterprises deserves a special attention, which is the basis for the adoption of effective managerial decisions. The further development of a regional innovation policy should be based on the results of the assessment of the innovative status of enterprises belonging to particular branches of this region.

An assessment of innovation status is an instrument, through which management manages and assesses its activities in accordance with the requirements of competitiveness in order to invest in the most profitable or promising directions of development.

Qualitative and quantitative orientations of innovation policy are the basis for developing marketing, investment, technological and organizational functional strategies for enterprise development.

The method of determination of innovation status of regions on the example of enterprises of the tourism industry is proposed, which consists of the following stages: determination of indicators for the assessment of the innovation status of enterprises; creation of an actual information base; automation and calculation of qualitative and quantitative indicators of innovation status of enterprises; making a decision on the innovation status of the region based on the rating of enterprises. On the basis of the practical implementation of formalized calculations of qualitative and quantitative indicators of the innovation status of enterprises, the innovation status of the regions is determined by the example of the tourism industry: Zaporizhzhia region occupies the first place, the second place – Dnipropetrovsk region, the third place – Kherson and Volyn regions.