

ЕКОНОМІЧНІ ІННОВАЦІЇ

УДК 338.488.2:640.412:330.341.1

К. А. ГАЛАСЮК

м. Одеса

kateryna.galasiuk@gmail.com

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ МЕТОДИК ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

У статті проведено аналітичне дослідження основних методик оцінки інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Звернуто увагу на необхідності подальшого вивчення методик оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств з метою формування цілісної уяви про існуючі підходи у цій сфері.

Ключові слова: методика, оцінка, інноваційний потенціал, підприємство, туризм.

Сьогодні є важливою та актуальною проблемою вибору методики оцінки інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Правильний вибір схеми дослідження надає змогу найбільш повно проаналізувати об'єкт, зробити вірні висновки та запропонувати вагомі рекомендації стосовно подальшого розвитку підприємства. Інноваційний потенціал підприємства характеризує його здатності до здійснення інноваційної діяльності, яка в сучасних умовах є ключовим чинником підтримки та підвищення рівня конкурентоспроможності. Питаннями формування та розвитку інноваційного потенціалу підприємств приділяється досить багато уваги, в той час як оцінка його рівня потребує більш диференційованого і комплексного вивчення.

Зауважимо, що на даний момент відсутній єдиний загальноприйнятий методичний підхід до оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства. Питаннями, пов'язаними з розробкою методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств, займаються вітчизняні та зарубіжні вчені: Д. О. Белоусов, С. О. Воронков, А. К. Ганієва, С. М. Ілляшенко, Н. В. Коваль, Н. В. Краснокутська, О. В. Кужилева, Г. А. Маслов, В. В. Нагорний, І. В. Новікова, І. А. Фесенко, Ю. С. Шипуліна. Безпосередньо інноваційний потенціал в ту-

ристичній сфері розглядається в працях таких авторів, як О. В. Борисова, Л. Ілієва, Г. І. Михайліченко, Є. В. Яковенко.

Метою статті є проведення аналітичного аналізу існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств, які надають можливість визначення напрямів інноваційного розвитку туристичних підприємств.

Вважаємо доцільним розпочати аналітичний аналіз основних методик оцінки інноваційного потенціалу з найбільш поширених моделей. Однією з таких можна вважати знаходження інноваційного індексу на основі експертного опитування. Дана методика розглядається в роботах болгарських вчених Я. Коралієва, П. Мідової, Л. Ілієвої, І. Балевські.

Інноваційний індекс об'єднує п'ять груп показників, представлених на рис. 1, які описують інноваційну систему та її функціонування: інноваційний продукт, підприємництво та інноваційні мережі, інвестиції та фінансування інновацій, інновації у роботі з персоналом, інформаційні та комунікаційні технології.

Методом анкетування в готельних підприємствах проводиться збір даних відносно їх інноваційної діяльності. Показники вимірювання інноваційного індексу оцінюються експертним шляхом у балах від 0 до 1. Далі

розраховується середня оцінка для кожної групи показників, після чого знаходиться комплексний груповий показник (КГП):

$$КГП = \frac{\sum x_{ik}}{n}, \quad (1)$$

де $\sum x_{ik}$ – сума значень у балах за окремими показниками сфери обслуговування; n – кількість показників, за якими оцінюється підприємство.

Після встановлення значень для окремих групових індексів, розраховується інноваційний індекс підприємств, що обстежуються:

$$i = \frac{\sum КГП}{n} \times 100, \quad (2)$$

де i – інноваційний індекс; $\sum КГП$ – сума значень загальної кількості комплексних групових показників; n – загальна кількість комплексних групових показників, за якими оцінюється підприємство.

У залежності від свого розміру, інноваційний індекс приймає значення від 0 до 100. Відповідно до цього, отримані результати можна характеризувати наступним чином:

- $0 < i < 33$ – слабка інноваційна активність (головним чином така ситуація характерна для підприємств, що орієнтуються на розвиток організаційних інновацій);
- $33 < i < 66$ – середня інноваційна активність (дане становище характерне для підприємств, що орієнтуються на розвиток маркетингових інновацій);
- $i = 66$ – перехід від середньої до високої інноваційної активності (даний стан означає орієнтацію підприємств на розвиток техніко-технологічних інновацій);
- $66 < i < 100$ – висока інноваційна активність (така ситуація найчастіше притаманна підприємствам, для яких пріоритетним є розвиток продуктових інновацій).

Даний метод оцінки інноваційного потенціалу є цілком пристосованим до підприємств готельного господарства та враховує усі особливості даної сфери. Недоліком зазначеної методики ми вважаємо відсутність урахування показників фінансової та економічної діяльності підприємств, таких як: фондовіддача, фондоозброєність, чистий дохід від реалізації продукції, рентабельність реалізованої продукції, і т. д.

Схожий метод оцінки інноваційного потенціалу пропонує Є. В. Яковенко, який для



Рис. 1. Показники вимірювання інноваційного індексу за Л. Ілієвою
Розроблено за джерелом: [1].

знаходження інтегрального показника використовує п'ять груп параметрів, представлених на рис. 2.

Інтегральний індекс інноваційності суб'єктів туризму Є. В. Яковенко визначає за формулою:

$$I_s = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m P_{ij}, \quad (3)$$

де P_{ij} – часткові індекси інноваційності за групами параметрів; m – число оцінюваних ознак.

За умови, що кількісне збільшення всіх ознак, які характеризують інноваційність, робить позитивний вплив на інноваційність:

$$P_{ij} = k_j \frac{I_{ij}}{I_{\max j}}, \quad (4)$$

для показників, зростання яких знижує інноваційність:

$$P_{ij} = k_j \frac{I_{\min j}}{I_{ij}}, \quad (5)$$

P_{ij} – частковий індекс інноваційності; I_{ij} – значення j -ої ознаки інноваційності для i -го суб'єкта; $I_{\max j}$ – максимальне значення j -ої ознаки інноваційності для усіх суб'єктів; k_j – ваговий коефіцієнт впливу j -ї ознаки на рівень інно-

ваційності підприємства (визначається експертним шляхом як середньоарифметичне від оцінок експертів (0,0–3 балів)).

Отримані значення інтегральних індексів за методикою Є. В. Яковенко, розбивалися на групи, відповідні градаціям оціночної шкали («низька» (0–8,18 балів), «середня» (8,19–16,37 балів) і «висока» (16,38–25,0). Інтервали індексів (h), які відповідали одному балу оцінки, розраховувалися за формулою:

$$h = \frac{I_{\max} - I_{\min}}{Z}, \quad (6)$$

де I_{\max} , I_{\min} – відповідно максимальне і мінімальне значення індексів для всієї території; Z – кількість ступенів оціночної шкали (в даному випадку = 3).

Як бачимо, дана методика передбачає дослідження фінансових та економічних показників, але знаходження деяких з них представляють певні труднощі. Так, наприклад, туристичні та готельні підприємства не звітують про: обсяг фактичних витрат на інноваційні розробки; питому вагу чистого прибутку, спрямованого на інновації; питому вагу працівників, які приймають участь в інноваціях від загальної кількості зайнятих.



Рис. 2. Показники вимірювання інтегрального індексу інноваційності за Є. В. Яковенко Розроблено за джерелом: [3; 4].

Наступною методикою, що пропонується нами для розгляду є спосіб оцінювання інноваційного потенціалу на підставі тривимірної моделі. Даний метод запропоновано Г. І. Михайліченко [2] та дозволяє формалізувати ступінь «інноваційної зрілості» підприємства, а також інтегрує оцінку його потенціалу з можливостями досягнення максимального результату від реалізації за рахунок визначення індикаторів системи збалансованих показників для подальшого економічного зростання підприємств.

Автор трактує інноваційний потенціал, як суму кадрових, виробничо-технологічних, науково-технічних, фінансових та структурних ресурсів, що забезпечують інноваційну діяльність та сумою цінностей, сформованих у результаті дієвості та зрілості інноваційної системи туристичного підприємства. Г. І. Михайліченко пропонує оцінювати інноваційний потенціал туристичного підприємства у два етапи [2]. На першому етапі знаходиться найбільш загальний рівень інноваційного потенціалу (IP), який також можна умовно назвати ресурсним:

$$IP = \{K, VT, NT, F, S\}, \quad (7)$$

де K – кадровий потенціал; VT – виробничо-технологічний потенціал; NT – науково-технічний потенціал; F – фінансовий потенціал; S – структурно-управлінський потенціал.

На другому рівні здійснюється більш детальний аналіз інноваційного потенціалу, шляхом дослідження його складових таких, як: клієнтський (CT), туристичний (TP), інтелектуальний (INT), репутаційний (RC) та комунікативний потенціали (CC):

$$IP' = \{INT, TP, CT, RC, CC\}. \quad (8)$$

У результаті застосування даного алгоритму, отримуємо інтегральний показник розвитку інноваційного потенціалу підприємства у періоді t :

$$IP_t = \{K_t, VT_t, NT_t, F_t, S_t, CT_t, TP_t, INT_t, RC_t, CC_t\}. \quad (9)$$

Розглянута методика є аргументованою та торкається не тільки внутрішніх, а також і зовнішніх факторів, які здатні впливати на інноваційний потенціал підприємства. Але здійснення оцінки інноваційного потенціалу за таким підходом вимагає багато часу, якого

частіше за все не вистачає менеджерам підприємств, які прагнуть у найкоротші терміни з'ясувати ситуацію, виявити існуючі загрози, визначити можливості, та розробивши гідну стратегію, рухатися вперед. Слід відмітити, проведення оцінки за даною методикою потребує наявності потужної інформаційної бази, яка включає в себе отримання усіх необхідних показників, що також ускладнює процес дослідження через обмежений доступ до джерел статистичної звітності, або взагалі через відсутність потрібних даних.

Отже, результати аналітичного огляду чинних методик оцінки інноваційного потенціалу туристичних підприємств, дозволяють стверджувати про наступне: у багатьох випадках використання методики оцінки інноваційного потенціалу підприємства передбачає розрахунок інтегрального (узагальненого) показника на підставі систематизації та оцінки декількох груп показників; деякі з розглянутих методик не враховують специфічні особливості діяльності туристичних підприємств; методика, що пропонується болгарськими авторами, не торкається кількісних показників, що характеризують діяльність готельного підприємства, так як результат, не повністю розкриває його інноваційний потенціал.

Перспективою подальших досліджень є аналіз методик оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств з метою формування цілісної уяви про існуючі підходи та, як наслідок, створення комплексного алгоритму оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства.

Список використаних джерел

1. Илиева Л. Измерване на иновационната активност на туристическото предприятие / Л. Илиева // Наука и икономика ИУ. — 2010. — С. 195—206.
2. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г. І. Михайліченко. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. — 608 с.
3. Яковенко Е. В. Методические аспекты оценки инновационной активности туроператоров Крыма / Е. В. Яковенко // Культура народов Причерноморья. — 2010. — № 196 — С. 230—233.
4. Яковенко Е. В. Механізм реалізації державної інноваційної політики у сфері міжнародного туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 / Е. В. Яковенко. — Сімферополь, 2012. — 20 с.

K. GALASIUK
Odesa

THE ANALYSIS OF EXISTING METHODS OF TOURISM ENTERPRISES INNOVATIVE POTENTIAL ESTIMATION

In the article the basic analytical research of methods of tourism enterprises innovative potential estimation was conducted. The points of view of Ukrainian and Bulgarian scientists were considered. The negative and positive features of each of the presented methods were highlighted. Certain conclusions were made according to existing methods.

Key words: estimation, innovative potential, method, tourism.

К. А. ГАЛАСЮК
г. Одесса

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

В статье проведено аналитическое исследование основных методик оценки инновационного потенциала туристических предприятий. Рассмотрены точки зрения украинских и болгарских ученых по применению различных методов и использованию различных показателей, характеризующих инновационную деятельность. Подчеркнуты негативные и позитивные черты каждой из представленных методик.

Ключевые слова: методика, оценка, инновационный потенциал, предприятие, туризм.

Стаття надійшла до редколегії 06.05.2015

УДК 336.026:330.837(477)

В. В. МАРТИНЕЦЬ

м. Суми
victoria_vvm@ukr.net

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРА ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Розглянуті науково-теоретичні аспекти інноваційного розвитку банківської системи та обґрунтована роль формальних та неформальних інститутів у досягненні конкурентних переваг банків на ринку інноваційних банківських продуктів та послуг. Акцентована увага на факторах впливу інституційного середовища на інноваційний розвиток банківських установ та запропоновані шляхи формування ефективного інституційного середовища банківського сектора фінансової системи України.

Ключові слова: фінансова система, інституціональне середовище, банківський сектор, інноваційний розвиток.

У сучасних умовах економіки України, які характеризуються з одного боку – кризовими процесами, з іншого – розвитком інформаційних та комунікаційних технологій, впровадженням високотехнологічних продуктів актуальним є питання розробки інноваційної стратегії фінансової системи держави. Формування інноваційної стратегії фінансової системи України спрямоване на ефективну реалізацію науково-технічного, виробничого і трудового потенціалу, забезпечення фінансової стійкості, економічного і соціально-культурного зростання держави, зменшення тіньового сектора, інтеграції України у світовий економічний простір.

Аналіз тенденцій розвитку світової економіки протягом останніх років свідчить про те, що банківська сфера стала однією з найбільш динамічних складових світового економічного простору [4; 7; 9]. Інноваційний розвиток банківського сектора є складовою фінансової системи, що здатний забезпечити ефективність та зростання економіки країни. Слід зазначити, що саме формування сприятливого інституційного середовища є запорукою інноваційного розвитку банківської системи України.

Питання, що досліджуються в статті мають комплексний характер. Вони пов'язані з аналізом стратегії інноваційного розвитку