

При взаємодії цих блоків необхідною умовою є вибір стратегії забезпечення екологічної безпеки в технопарковій конструкції відповідно до рівня екологоорієнтованого розвитку. Розрахований комплексний показник екологоорієнтованого розвитку технопаркової конструкції показав доцільність об'єднання підприємств в екологоорієнтований кластер в технопарковій конструкції. При цьому рівень екологоорієнтованого розвитку підвищився з достатнього (окремо по підприємствам) до задовільного рівня після об'єднання підприємств за рахунок кластеризації в технопарковій конструкції.

Таким чином, система управління в механізмі реструктуризації є дуже важливим елементом і процес забезпечення екологічної безпеки відбувається за допомогою проведення превентивних заходів в екологоорієнтованому кластері; зменшення використання сировини, застосовуючи рециклінг; економії енергії за рахунок впровадження ресурсозберігаючих технологій; контролю викидів та скидів у навколишнє середовище; застосування екоменеджменту; отримання устаткування природоохоронного призначення в еколінг.

Література

1 Мамчук І.В. *Організаційно-економічний механізм забезпечення екологічної безпеки реструктуризації підприємств хімічної промисловості: дис...к.е.н. : 08.00.06 / Мамчук Ірина Валентинівна. – Суми, 2012. – 249с.*

2 Мамчук І.В. *Організаційно-економічний механізм забезпечення екологічної безпеки реструктуризації підприємств хімічної промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.06 „Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища” / І. В. Мамчук. — Суми, 2012. — 20 с.*

Ірина МЕЛЬНИК

Київський університет туризму, економіки і права

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційні зміни у розвитку світового туристичного ринку визначають орієнтири для інноваційної активності українських туристичних підприємств. Процес інтеграції вітчизняних бізнес-структур у світовий ринок підвищує гарантії безпеки для туристів, збільшує їх інформованість, знижує собівартість туристичного продукту, одночасно забезпечуючи його якісну стандартизацію через зменшення кількості посередницьких структур та соціальну відповідальність перед суспільством. Для України зазначена інтеграція сприяє також податковій прозорості бізнесу та підвищенню економіко-політичного іміджу на світовому ринку. Однак тим самим укрупнення туристичних структур зменшує кількість альтернатив розвитку: за рахунок об'єднання створюється перевага за масштабами збуту, використовується дифузія технічних інновацій, впроваджених у інших галузях економіки. Підприємства спрямовують свої ресурси на впровадження інновацій, менше приділяють увагу самостійному пошуку нових нововведень.

Інноваційна діяльність в туризмі спрямована на розробку нових шляхів щодо використання існуючих ресурсів при одночасному пошуку нових. Інновації туристичних підприємств виконують функцію управління попитом через формування підвищеного інтересу до турпродукту.

Інновації в туризмі - складний процес, в якому задіяні споживачі туристичних послуг, організації, що їх надають, органи місцевого самоврядування та інші суб'єкти ринку. Вивчення інноваційної діяльності в туризмі здійснюється за допомогою методу „кейс-стаді” (case-study) на прикладі підприємств туристичного ринку певної країни, що дає змогу ідентифікувати основні інноваційні процеси та визначити особливості їх протікання. Однак відмінності, які зумовлені рівнем попиту, нормами у галузі туристичного права, визначають актуальність дослідження інноваційних процесів в Україні. На думку [1] дослідження інноваційних процесів в туризмі повинне враховувати багатоаспектність, поліструктурність, поліформність та багаторівневість туристичного ринку. Впровадження інновацій туристичним підприємством потребує оцінки здійснення впливу на споживача (прямі інновації - фронт-офісні чи опосередковані - бек-офісні), визначення ступеня даного впливу (радикальні, революційні, модифіковані, комбіновані) та його темпу (швидкі, уповільнені, рівномірні, нерівномірні).

Інноваційна діяльність туристичних підприємств спрямована на оптимізацію бізнес-процесів щодо створення та реалізації туристичного продукту, процесу менеджменту та ресурсного забезпечення діяльності, бізнес-моделюванню. Комплексність та взаємозалежність складових туристичного продукту збільшує інноваційну віддачу. Інтегральний ефект від інновацій в туризмі впливає на супутні галузі. Враховуючи, що за [2] інноваційність туристичного бізнесу залежить від пов'язаних секторів економіки та зростатиме за умов їх розвитку, досягнення економічного, соціального та екологічного ефектів, а також етнічно-культурного ефекту – результат взаємовпливу інноваційної діяльності підприємств.

Особливостями впровадження інновацій в туризмі є: нерозривність у часі процесів виробництва та споживання послуг, інтенсивне використання інформації та інформаційних технологій (ІТ), підвищення якості та людські ресурси, організаційні фактори [3]. Напрями інноваційної діяльності туристичного підприємства найчастіше відповідають даним особливостям, однак поштовхом для їх впровадження є інвестиції. Окупність туристичних інвестицій відображається у зростанні показника національного внутрішнього продукту, а отже і добробуту нації. І хоча туристичний бізнес не є технологічним, однак впровадження інновацій потребує чіткого злагодженого механізму.

У зв'язку з цим головними напрямками інноваційних змін в туристичному бізнесі є: розвиток сталого туризму; зміна систем управління в туризмі; впровадження екологічного менеджменту як на рівні підприємств, так і на регіональному рівні; розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, нові можливості транспортування; поява спеціалізованих послуг і турпродуктів; підвищення рівня освіти в суспільстві; впровадження комплексних систем управління якістю в туризмі.

Література

1. Михайліченко Г.І. Інноваційні зміни у розвитку світового туристичного ринку / Г.І. Михайліченко. - Бізнесінформ. - 2011. - № 6. - С.49-52.
2. Hjalager, A. *The Marriage between Welfare Services and Tourism - a Driving Force for Innovation?* // *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, - 2006.- Issue 6(3). - P. 7-29.
3. Azmil Munif Mohd Bukhari, Mohd Faiz Hilmi. *Challenges and Outcome of Innovative Behavior: A Qualitative Study of Tourism Related Entrepreneurs* // *Journal of Technology Management & Innovation*. - Universidad Alberto Hurtado, Facultad de Economía y Negocios, 2012. - Volume 7, Issue 2. – P. 131-143.

Катерина МЕЛЬНИК

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

МОНІТОРИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто сутність управління конкурентними позиціями підприємства. Запропоновано авторські версії визначень категорій «управління конкурентними позиціями», «управління змінами конкурентних позицій підприємства» та «моніторинг конкурентної позиції підприємства».

Концепція управління бізнес-організацією передбачає, що прийняття управлінських рішень здійснюється на основі стратегічного аналізу та оцінки поточного стану підприємства. В сучасних умовах загострення конкурентної боротьби все більше українських підприємств намагаються приділяти увагу стратегії розвитку та посиленню конкурентних позицій.

Управління конкурентними позиціями – це сукупність управлінських заходів, що спрямовані на позиціонування підприємства відносно конкурентів у певному сегменті ринку. В управлінні конкурентною позицією підприємства потрібно звертати увагу на такі основні аспекти: конкурентна перевага, що є основою забезпечення сталої конкурентної позиції підприємства; здатність підприємства посісти та захистити бажану конкурентну позицію на ринку; здатність відстежувати власний стан, стан конкурентів та галузі в цілому стосовно змін конкурентної