

УДК 001.895:338.48

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК КРЕАТИВНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Прохорова В. В., д.е.н., професор (УІПА),
Давидова О. Ю., к.т.н., доцент (ХДУХТ),
Проценко В. М., к.е.н. (Департамент атестації кадрів
вищої кваліфікації та ліцензування)*

У статті проведений аналіз стану туристичної сфери України. Доведено, що Україна має значний туристичний потенціал, але він використовується недостатньо. Визначено, що для підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України на міжнародному ринку необхідно формувати інноваційні стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії. Запропонований комплексний підхід до процесу формування інноваційної стратегії на підприємстві туристичної галузі України

Ключові слова: міжнародний туризм, внутрішній туризм, підприємство, інноваційні стратегії, розвиток, туристична індустрія

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ КАК КРЕАТИВНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Прохорова В. В., д.э.н., профессор (УИПА),
Давыдова О. Ю., к.т.н., доцент (ХГУПТ),
Проценко В. Н., к.э.н. (Департамент аттестации кадров высшей
квалификации и лицензирования)*

В статье проведен анализ состояния туристической сферы Украины. Доказано, что Украина имеет значительный туристический потенциал, но он используется недостаточно. Определено, что для повышения конкурентоспособности туристической отрасли Украины на международном рынке необходимо формировать инновационные стратегии развития предприятий туристической индустрии. Предложен комплексный подход к процессу формирования инновационной стратегии на предприятии туристической отрасли Украины

Ключевые слова: международный туризм, внутренний туризм, предприятие, инновационные стратегии, развитие, туристическая индустрия

INNOVATIVE STRATEGY DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE TOURISM INDUSTRY AS A CREATIVE FORM OF BUSINESS ORGANIZATION

Prokhorova V., Doctor of Economic Science, professor (UEPA)

Davydova O., Candidate of Technical Science, associate professor (KSUFTT)

Protsenko V., Candidate of Economic Science (Department of the higher qualification certification and licensing of the Ministry of Education and Science)

In the article the analysis of State of tourism of Ukraine. It has been proved that our State has a considerable potential for tourism and all the prerequisites for the development of the domestic, inbound and outbound tourism. Analysis of the dynamics of the tourist market of Ukraine testifies to the growth trends in the number of tourists.

Analysis of the status of tourism industry in Ukraine proved the necessity of the disclosure of her capacity and intensification of the development of the industry. Determined to enhance the competitiveness of the tourist industry on the international market it is necessary to form a innovation development strategy of enterprises in the tourism industry. It is proved that the implementation of the innovation strategy of the development of enterprises in the tourism industry is associated with a significant risk for the enterprise, but only its implementation and innovation activity of enterprises will reach the world level and will the Enterprise Foundation of its competitiveness and further existence and effective activity.

Effective implementation will contribute to the socio-economic development and solving of economic, environmental, social and other problems. Activation of innovation activity of enterprises of the tourism industry in all areas of operation will provide and strengthening the competitive position on the market.

Proposed a comprehensive approach to the process of the formation of the innovation strategy in the enterprise of tourism industry in Ukraine. Certain kinds of innovative development strategies of tourist enterprises and the factors that affect the terms and conditions and the content of the formation of the enterprise's innovation strategy of tourism industry.

It has been proved that the choice of strategy is the key to the success of the innovation of the tourist enterprise. Correctly chosen strategy allows you to effectively use science and technology, industrial-technological, financial and economic, social and organizational potential of the enterprise in certain areas that are the basis of its competitiveness.

Key words: *international tourism, domestic tourism, enterprise, innovation strategies, development, tourist industry*

Постановка проблеми. Туризм є пріоритетним напрямом розвитку та невід'ємною складовою економіки будь-якої країни, і безумовно й України. На сферу туризму припадає 5 % формування світового ВВП. Про позитивну динаміку туристичної галузі свідчить показник міжнародних туристичних потоків, який є одним із головних індикаторів розвитку міжнародного туризму і складає 531 млн відвідувань у 1995 р., 680 млн у 2000 р., 809 млн у 2005 р., 952

млн у 2010 р., 1195 млн у 2015 р., 1239 млн у 2016 р., 1323 млн у 2017 р. Отже кількість міжнародних туристичних потоків збільшилась на 6,8% у 2017 р. порівняно із 2016 р. і на 4,2 % порівняно із 2005 р. У 2017 році відзначене найбільше зростання показника міжнародних туристичних відвідувань після глобальної економічної кризи 2008 р. Довготривале прогнозування UNWTO становить приріст цього показника на 3,8% на рік [1].

Загальна кількість міжнародних туристів у світі у 2017 р. склала 1323 млн осіб, що на 7 % більше, ніж у 2016 р. Це сприяло отриманню надходжень від міжнародного туризму у 2017 р. у розмірі 1340 млрд \$, що на 5 % більше порівняно із 2016 р. Такий результат свідчить про стійкий туристичний попит на всі напрями у всіх регіонах світу [1].

Стабілізація та підвищення попиту на послуги туристичної галузі обумовлені глобальним економічним зростанням практично усіх країн світу.

У контексті року стійкого розвитку туризму, який запровадила Генасамблея ООН, Україна визначила 2017 рік роком туризму.

У туристичному секторі України працює 10% населення. Туристична сфера пов'язана із діяльністю 50 галузей української економіки і входить до переліку 5 галузей України, які дають найвищий прибуток [2].

Отже, статистичні дані свідчать про те, що індустрія гостинності є однією з найпривабливіших та динамічних галузей світової економіки.

У 2017 році Кабінет Міністрів України схвалив «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (розпорядження КМУ № 168-р від 16 березня 2017 р.) [2].

Ця Стратегія передбачає подальший розвиток туристичної індустрії, яка сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Проте, слід зазначити, що в Україні спостерігається домінування

виїзного туризму над внутрішнім та в'їзним, що пояснюється низьким рівнем розвитку важливих складових туристичної інфраструктури – засобів розміщення, закладів ресторанного господарства, індустрії розваг, транспорту та зв'язку. Крім того, збільшення туристичного потоку в Україну в останні роки не дозволяє отримати адекватної економічної вигоди від туристичної діяльності. Все це свідчить про неефективне використання потенціалу туристичного сектору. Номенклатура послуг та якість їх надання не завжди відповідають потребам споживачів. Стримують розвиток внутрішнього та в'їзного туризму в Україні співставлення ціна-якість послуг, відсутність або нерозвиненість туристичної інфраструктури, недостатня інформованість та використання туристичних ресурсів України.

Це свідчить про необхідність формування інноваційних стратегій розвитку підприємств туристичної індустрії як креативної форми організації підприємницької діяльності в Україні з метою підвищення їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості розвитку туристичної галузі України досліджено у працях Г. О. Ворошилової [3], С. М. Васильченка [4], В. П. Гречаника [4], О. М. Кальченко [5], І. В. Свиди [6], Л. В. Харченко [7]; О. О. Ястремської [8], Л. В. Марценюк [9], А. А. Терехуха [10], О. П. Макара [10], Б. В. Шупіка [11], Н. Ф. Алексєєва [12], Л. М. Сакун [12].

Проте проблеми формування інноваційної стратегії розвитку підприємств туристичної галузі України не знайшли достатнього висвітлення.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. У контексті вищезазначеного актуальним є розробка

та моделювання застосування інноваційної стратегії у вітчизняній туристичній індустрії, зокрема у готельно-ресторанному господарстві, що дозволить задовольнити потреби споживачів у нових або удосконалених товарах та послугах, забезпечити підвищення ефективності кожного сегменту туристичної сфери, динамічний розвиток економіки України та в цілому зростання іміджу нашої країни.

Метою статті є вивчення основних підходів до формування інноваційної стратегії розвитку підприємств туристичної галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок туристичних послуг набуває все більшого значення у розвитку національної економіки країни. За даними ЮНВТО (Всесвітня туристична організація) частка туризму у світовому ВВП складає понад 5%, на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту та близько 30% світового експорту послуг. Кожне 11-те робоче місце у світі припадає на сферу туризму. Прогнозується, що до 2030 року кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. туристів [1].

Україна має всі передумови для ефективного розвитку економіки за рахунок туризму. За даними ЮНВТО у 2017 році кількість міжнародних туристів в Україні становила 14230 млн осіб, що 6,7% віще порівняно із 2016 роком. Їхні витрати склали у 2017 році 1261 млн \$, що на 183 млн більше, ніж у 2016 році [1].

Станом на 2017 рік частка України в європейському туристичному ринку за кількістю прибуттів становила 2,1%. За обсягами доходів від міжнародного туризму України – 0,2% європейського ринку. Загалом в Україні частка міжнародного туризму в структурі туристичних послуг країни не перевищує 35% [1, 13–14].

Достовірною характеристикою стану туристичної індустрії є показники в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму, які також формують національний та міжнародний туризм у межах кожної країни та світу в цілому.

З метою визначення стану вітчизняної туристичної галузі, проаналізуємо туристичні потоки в Україні за останні 10 років (рис. 1, рис. 2).



Рис. 1. Динаміка туристичних потоків України

Результати аналізу свідчать про динамічне зростання виїзного туризму, середньорічний приріст якого становить 5,4 %.

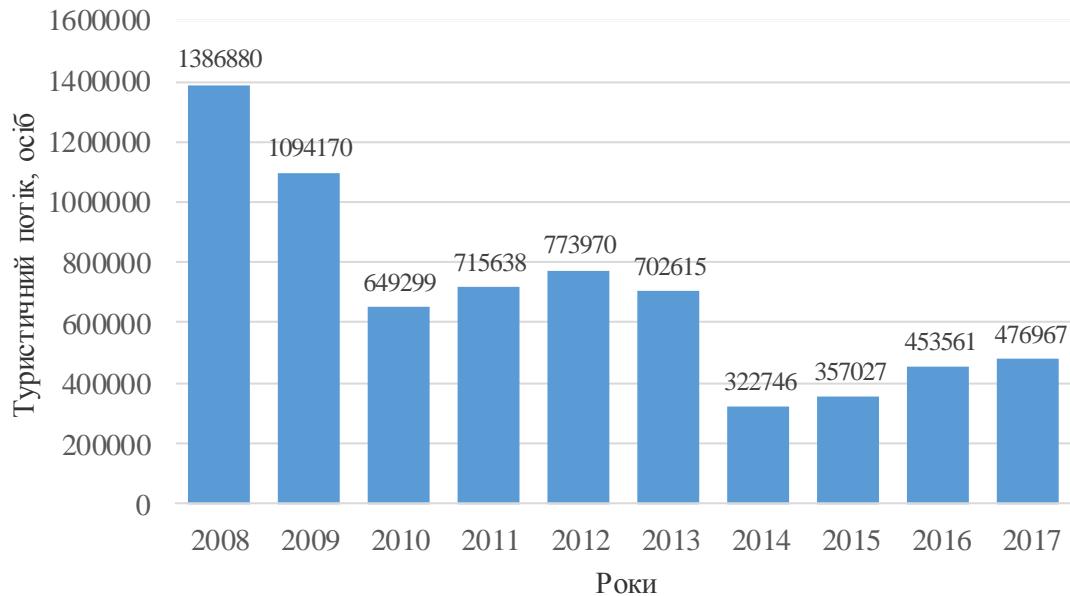


Рис. 2. Динаміка внутрішнього туризму України

Динаміка показника в'їзного туризму чітко відтворює роки фінансово-економічної кризи – це 2009 та 2014 роки. Події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та події на Сході країни негативно вплинули на в'їзний туристичний потік, структуру туризму та туристичні можливості України як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичному ринку.

Кількість іноземних туристів, які відвідали Україну в 2014 році, знизилась вдвічі порівняно із 2013 роком і досягла 12711507 осіб. Але з 2015 року їх кількість поступово почала зростати (у середньому на 6,5 % щороку) і досягла у 2017 році 14229642 туристів [1, 14].

Це свідчить про стабілізацію фінансово-економічного стану країни і вихід України на міжнародний рівень.

Необхідно зазначити, що динаміка показників внутрішнього туризму України корелює з показниками міжнародного туризму України (рис. 1).

Так саме спостерігається спад внутрішнього туризму країни у 2009 та 2014 роках і поступове його нарощування,

починаючи з 2015 року. Підвищення рівня внутрішнього туризму в Україні можна пояснити зниженням рівня доходів українців. Відвідуваність вітчизняних туристичних спрямувань зростає у вісім разів. За даними Державної служби статистики України, в 2017 році кількість внутрішніх туристів в Україні склала понад 476967 осіб [1, 14].

Кліматичні та географічні умови нашої держави дозволяють розвивати різноманітні туристичні види туристичного бізнесу. Але значний туристичний потенціал України залишається не розкритим. Україна не входить навіть до двадцятки популярних туристичних напрямків у світі.

Згідно рейтингу туристичної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму, Україна займає 88 місце з 146 [1].

Проведений аналіз стану туристичної індустрії в Україні свідчить про необхідність розкриття її потенціалу та інтенсифікації розвитку галузі. Вирішити ці проблеми можливо за допомогою розробки та впровадження

ефективних стратегій інноваційного розвитку туристичних підприємств України, що дозволить вирішити проблеми економічного зростання та підвищення рівня країни на світовому ринку.

Інноваційний розвиток є невід'ємною і активною частиною всіх сфер життєдіяльності суспільства, у тому числі і туристичної діяльності і, зокрема, підприємства туристичної сфери. Ефективне впровадження інновацій сприятиме соціально-економічному розвитку та розв'язанню економічних, екологічних, соціальних та інших проблем. Активізація інноваційної діяльності підприємства туристичної індустрії за всіма напрямками функціонування дозволить забезпечити досягнення та зміцнення конкурентних позицій на ринку.

При цьому функціонування підприємств туристичної індустрії пов'язано з формуванням стратегії розвитку, орієнтованої на посилення інноваційної активності.

Інноваційна діяльність підприємств туристичної індустрії базується на розробці інноваційної стратегії. Інноваційну стратегію розвитку підприємства можна визначити як сукупність креативних дій і методів управління інноваційною діяльністю, що забезпечують конкурентні переваги на інноваційній основі [15].

Поняття «стратегія» у сучасному розумінні – це довгостроковий курс розвитку підприємства, спосіб досягнення цілей, який воно визначає для себе, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики. Метою стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку підприємства в умовах конкуренції, лідерства на ринку [16].

Під інноваційною стратегією, як правило, розуміють погоджену сукупність інноваційних рішень, що здійснюють визначальний вплив на діяльність

підприємства і мають довготермінові та нерідко важкозворотні наслідки. Інноваційна стратегія забезпечує ефективну динаміку розвитку процесу відтворення на підприємстві [17].

В умовах динамічного розвитку ринкового середовища, в якому функціонує підприємство, єдиним правильним напрямом розвитку підприємства туристичної індустрії залишається інноваційний.

Інноваційна активність підприємств туристичної індустрії визначається його спрямованістю на реалізацію креативних стратегічних цілей розвитку в умовах ринкової конкуренції з метою забезпечення стійкості функціонування підприємства та його успішності у довгостроковій перспективі [18].

Отже, перед підприємствами туристичної індустрії ставиться завдання розробити та впровадити такі інноваційні стратегії: креативна діяльність підприємства, спрямована на одержання нових продуктів, послуг та технологій; маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; інноваційне управління підприємством; застосування нових видів ресурсів та нових підходів до використання традиційних ресурсів. Вибір конкретної інноваційної стратегії або їх поєднання підприємство туристичної індустрії робить індивідуально, залежно від стану діяльності та бажання досягти найвищих результатів з метою зайняття більшого сегменту туристичного ринку.

Інноваційна стратегія підприємства туристичної індустрії може бути складовою частиною стратегії підприємства і доповнювати функціональні стратегії або бути визначальною. Метою розробки та впровадження інноваційної стратегії підприємства туристичної індустрії є підвищення конкурентного статусу послуг, які воно надає споживачам.

Запропонований процес формування інноваційної стратегії розвитку

підприємств туристичної індустрії України, який передбачає проходження таких рівнів:

- корпоративний – пов’язаний із розробкою місії підприємства та визначенням довгострокових стратегічних цілей;

- бізнес-рівень – аналіз інноваційних проектів, які можуть бути застосовані у підприємстві, дослідження ринкових позицій підприємства та визначення пріоритетних напрямів його інноваційного розвитку;

- рівень послуг – встановлення маркетингових цілей, визначення їх можливостей відносно кожного виду інноваційної послуги;

- операційний – встановлення процесного підходу до реалізації інновацій, визначення та ідентифікація процесів на кожній операції інноваційного змісту на рівні окремих підрозділів із закріпленням функцій та відповідальності за виконання кожного процесу.

На стабільність бізнесу підприємств туристичної індустрії істотно впливає вибір ефективних інноваційних стратегій розвитку підприємств, що пов’язано з об’єктивними процесами, які визначають перспективи розвитку ринку. Тому під час формування інноваційної стратегії розвитку керівництво підприємств туристичної індустрії визначає набір їх видів з метою подальшого ефективного їх впровадження.

До інноваційних стратегій, які може застосувати підприємств туристичної індустрії, можна віднести [19]:

- традиційну – виняткове підвищення якості продукції або послуг;

- імітаційну – залучення інноваційних технологій шляхом купівлі ліцензій;

- залежну – дрібні підприємства є підрядниками у великих корпорацій щодо надання нової послуги;

- опортуністську – пошук підприємством такого виду продукції або послуги, який не потребує особливих

витрат на дослідження і впровадження, але дає змогу упродовж певного періоду одноосібно працювати на ринку;

- оборонну – підвищення технічного рівня діяльності, впровадження досліджень та розробок не для лідируючого місця в туристичній галузі, а для утримання стабільної позиції серед інших підприємств у техніко-технологічному розвитку;

- наступальну – прорив на ринку вимагає наявності висококваліфікованого персоналу, проведення масштабної внутрішньої організаційної роботи.

Стратегія нововведень підприємств туристичної індустрії на ринку може носити наступальний (агресивний) або оборонний характер. Кожне підприємство створює свій набір інноваційних стратегій, який включає як ризиковані (наступальні), так і безпечні (оборонні) стратегії. Вибір стратегії залежить від виробничих, технічних, ринкових, соціальних, культурних та інших факторів кожного підприємств туристичної індустрії.

Формуючи стратегію інноваційного розвитку, сучасне підприємство туристичної індустрії використовує комплексний підхід на основі двох складових [18]:

- ринкової – передбачає всебічний аналіз зовнішнього середовища підприємства та врахування макрофакторів, підприємств туристичної індустрії чітко націлене на ринки збуту своїх послуг та пошук нових комерційно привабливих сегментів ринку;

- ресурсної – головний фактор успіху полягає в ефективному використанні ресурсів підприємства і передбачає оцінку його сильних та слабких внутрішніх сторін.

Під час впровадження інноваційних стратегій розвитку у діяльність підприємств туристичної індустрії, необхідно користуватися ефективними способами та методами активізації інноваційної діяльності [17].

На умови та зміст формування інноваційної стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії України впливають такі чинники:

- ставлення вищого керівництва підприємства до нововведень;
- ставлення працівників підприємства до нововведень, їх кваліфікація, досвід;
- система управління інноваціями;
- інвестиції;
- інноваційний потенціал підприємства туристичної сфери тощо.

Основні положення інноваційної стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії документує в програмі, в якій формулює цілі, завдання та етапи її реалізації, взаємопов'язані за термінами, ресурсами, виконавцями тощо. До програми додається перелік конкретних заходів, що відображають особливості функціонування об'єкту, що розробляється.

Треба зазначити, що інноваційні стратегії розвитку, які спрямовані на нові ринки та базуються на новітніх технологіях, є більш ризикованими, вони потребують значних маркетингових і технологічних зусиль. Тому стратегію слід вибирати з урахуванням внутрішніх можливостей підприємств туристичної індустрії, його становища на ринку та стратегічних цілей.

Таким чином, вибір стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності підприємств туристичної індустрії. Правильно обрана стратегія дозволяє ефективно використовувати креативний, науково-технічний, виробничо-технологічний, фінансово-економічний, соціальний та організаційний потенціал підприємства в визначених напрямках, що є основою його конкурентоспроможності.

Висновок. Туризм належить до сфери послуг і є однією з найбільших та динамічних галузей економіки. Україна має значні рекреаційні ресурси, які дозволять за певних умов вийти на конкурентний ринок. Подолавши

економічну кризу, країна спроможна значно збільшити прийом іноземних туристів.

Результати проведеного аналізу дають можливість зробити висновок, що туризм в Україні відіграє важливе соціальне та економічне значення. Наша держава має значний туристичний потенціал і всі передумови для розвитку внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму. Аналіз динаміки туристичного ринку України свідчить про тенденції зростання числа туристів. Проте він використовується недостатньо.

Доведено, що з метою підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України на міжнародному ринку необхідно формувати інноваційні стратегії розвитку туристичних підприємств.

Реалізація інноваційної стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії України пов'язана зі значним ризиком для підприємства, але тільки її впровадження та інноваційна активність підприємства дозволять досягти світового рівня і стане для підприємства підґрунтям його конкурентоспроможності і подальшого існування та ефективної діяльності.

Отже, розробка та впровадження інноваційної стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії як креативної форми організації підприємницької діяльності є основою формування конкурентних переваг та стійкого фінансового стану вітчизняних підприємств.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) // Офіційний сайт організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (розпорядження КМУ № 168-р від 16 березня 2017 р.).

3. Ворошилова Г.О. Розвиток інвестиційних процесів у міжнародному туризмі / Г.О. Ворошилова // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект: Збірник наук. праць ДонНУ. – 2010. – №2. – С. 864–867.
4. Гречаник В.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму: Україна і світ / В.П. Гречаник, С.М. Васильченко // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – 2008. – № 6. – С. 18–29.
5. Кальченко О.М. Проблеми формування інвестиційної політики в туристичній галузі / О.М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2009. – № 38. – С. 102–109.
6. Свида І.В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І.В. Свида // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2009. – №28(3). – С. 64–69.
7. Харченко Л. В. Проблема формування позитивного іміджу України в контексті підготовки Євро-2012 / Л.В. Харченко // Стратегічні пріоритети. – 2009 – №4. – С. 107–112.
8. Ястремська О.О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму / О.О. Ястремська // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 22–27.
9. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 3. – С. 76–82.
10. Терехух А.А. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні / А. А. Терехух, О. П. Макар, Г. Я. Ільницька // Молодий вчений. – 2015. – № 11(2). – С. 126–129.
11. Шупік Б.В. Зарубіжний досвід у регулюванні туризму / Б.В. Шупік // Держава та регіони. – 2009. – №1. – С. 200–207.
12. Алексеева Н.Ф. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії / Н. Ф. Алексеева, Л. М. Сакун // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 2 (8). – С. 56–67.
13. Офіційний сайт Державної служби статистики України // Електронний ресурс: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
14. UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org.
15. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О.І. Ковтун // Економіка України. – 2013. – 4 (617). – С. 44–56.
16. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. - Москва: Экономика, 1989. – 303 с.
17. Матюх С.А. Формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства / С. А. Матюх // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010 – №2 – С. 206 – 209.
18. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє: Щорічник. – Випуск 14–15 / За заг. ред. М. В. Лазаровича. – Тернопіль: Видавництво ТНЕУ «Економічна думка», 2010. – 340 с.
19. Тарасенко І.О., Королько О.М., Белявська К.С. Оцінка інноваційної активності підприємства в системі стратегічного управління / І.О.Тарасенко, О.М.Королько, К.С.Белявська // Актуальні проблеми економіки – 2009 - №9 – С. 133 – 141.

DOI 10.18664/338.47:338.45.v%vi%i.146089