

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 11.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.20>

УДК 331:658.115:621

*І. Б. Няговський,
аспірант кафедри економіки та фінансів,
Мукачівський державний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-3685-4584>*

*В. В. Гоблик,
д. е. н., професор, перший проректор,
Мукачівський державний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1830-3491>*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*I. Niahovsky,
Postgraduate student of the Department of Accounting and Taxation and Marketing,
Mukachevo State University*

*V. Hoblyk,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Vice Rrector,
Mukachevo State University*

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SMALL ENTERPRISES IN THE TOURISM SERVICES SECTOR

The relevance of the research is driven by the fact that innovations are an integral part of the modern world, and the tourism industry is no exception. New technologies, innovative approaches to organizing tourism products and services, and changes in consumer behavior require tourism enterprises to continuously update and improve. This issue is particularly pressing for small enterprises, which lack substantial resources for large-scale innovation projects. This article explores how small tourism enterprises can effectively leverage innovations to achieve competitive advantages and sustainable development. To this aim, the following methods were used: literature review, comparative analysis, and empirical research based on a survey of representatives from small tourism enterprises. The research confirmed that knowledge transfer plays a crucial role in the successful innovative development of small businesses in the tourism sector. It was demonstrated that knowledge transfer is an effective tool for accelerating the innovation implementation process in small tourism enterprises. By accessing the experience of more established companies, new market players can avoid common mistakes and reduce the time needed to develop new products and services. Knowledge exchange has been shown to enhance innovation levels in the tourism sector. Small enterprises gain access to new ideas, technologies, and approaches, enabling them to develop creative and innovative tourism products. It has been proven that knowledge transfer facilitates the creation of effective collaboration networks among various participants in the tourism market. By combining efforts, stakeholders can address common challenges and achieve a synergistic effect. It has been proven that knowledge transfer is a core factor in enhancing the competitiveness of small tourism enterprises in the global market. With access to new knowledge, small businesses can develop unique tourism products, improve service quality, and utilize marketing tools more effectively. The results of the study confirm that knowledge transfer is a powerful tool for the gradual, evolutionary development of small businesses in the tourism sector. It not only enhances the competitiveness of individual companies but also contributes to the sustainable development of the tourism industry.

Актуальність дослідження зумовлена тим фактом, що інновації є невіддільною частиною сучасного світу, а туристична індустрія не є винятком. Нові технології, нестандартні підходи до організації туристичних продуктів та послуг, зміни в поведінці споживачів вимагають від туристичних підприємств постійного оновлення та вдосконалення. Особливо гостро це питання стоїть для малого підприємства, яке не володіє значними ресурсами для масштабних інноваційних проєктів. Відтак метою даної статті є дослідження, того яким чином малі туристичні підприємства можуть ефективно використовувати інновації для досягнення конкурентних переваг та стійкого розвитку. Для досягнення мети було використано такі методи: аналіз наукової літератури, порівняльний аналіз, а також емпіричне дослідження на основі опитування представників малих туристичних підприємств. Проведене дослідження підтвердило, що передача знань відіграє визначальну роль в успішному інноваційному розвитку малого бізнесу в туристичній сфері. Доведено, що передача знань є ефективним інструментом для пришвидшення процесу впровадження інновацій в малих туристичних підприємствах. Завдяки доступу до досвіду більш досвідчених компаній, нові гравці ринку можуть уникати типових помилок та скорочувати час на розробку нових продуктів і послуг. Доведено, що обмін знаннями сприяє підвищенню рівня інноваційності в туристичній сфері. Малі підприємства отримують доступ до нових ідей, технологій та підходів, що дозволяє їм розробляти креативні та інноваційні туристичні продукти. Доведено, що передача знань сприяє створенню ефективних мереж співпраці між різними учасниками туристичного ринку. Об'єднання зусиль дозволяє розв'язувати спільні проблеми та досягати синергетичного ефекту. Доведено, що передача знань є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності малих туристичних підприємств на глобальному ринку. Завдяки доступу до нових знань, малі підприємства можуть розробляти унікальні туристичні продукти, покращувати якість обслуговування та ефективніше використовувати маркетингові інструменти. Отримані результати дослідження підтверджують, що передача знань є

потужним інструментом для поступового, еволюційного розвитку малого бізнесу в туристичній сфері. Вона не лише підвищує конкурентоспроможність окремих компаній, а й сприяє сталому розвитку туристичної галузі.

Keywords: *competitiveness improvement; small enterprises; tourism; sustainable development.*

Ключові слова: *підвищення конкурентоспроможності; малі підприємства; малі підприємства; туризм; стійкий розвиток.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Інновації є невіддільною частиною сучасного світу, а туристична індустрія не є винятком [5]. Нові технології, нестандартні підходи до організації туристичних продуктів та послуг, а також зміни в поведінці споживачів вимагають від туристичних підприємств постійного оновлення та вдосконалення. Особливо гостро це питання стоїть для малого підприємства, яке має річний обіг ≤ 10 млн євро, відтак не володіє значними ресурсами для масштабних інноваційних проєктів, адже банки та інвестори неохоче надають кредити на інноваційні проєкти малого бізнесу через високий рівень ризику. Разом з тим, якщо великі туристичні компанії мають значні ресурси для маркетингу та просування своїх послуг, то малі підприємства можуть конкурувати з ними лише шляхом унікальних пропозицій та інноваційних рішень. Таким чином, інноваційний розвиток малого підприємництва у сфері туристичних послуг є надзвичайно важливим і визначає мету даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед публікацій, присвячених впровадженню та використанню інновацій у туризмі, особливу увагу заслуговують праці А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та інших дослідників, які започаткували розв'язання цієї проблеми на прикладі малих підприємств. Спираючись на їхні напрацювання, автори цієї статті прагнуть виокремити невирішені аспекти ефективного використання

інновацій для досягнення конкурентних переваг та стійкого розвитку малих туристичних підприємств.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є дослідження, того яким чином малі туристичні підприємства можуть ефективно використовувати інновації для досягнення конкурентних переваг та стійкого розвитку.

Для досягнення мети було використано такі методи: аналіз наукової літератури, порівняльний аналіз, а також емпіричне дослідження на основі опитування представників малих туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Автори звертають увагу на той факт, що інноваційний розвиток малого підприємництва в сфері туристичних послуг — це процес впровадження нових ідей, технологій та підходів до надання туристичних послуг з метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу в умовах обмеженості людських та фінансових ресурсів. Зокрема, окреслений процес передбачає не лише максимально економічне створення нових продуктів або послуг, а й постійне вдосконалення наявних, їх адаптацію до мінливих потреб ринку та використання безкоштовних ресурсів і бюджетних технологій суб'єктами, які за наявними ознаками щодо кількості залучених працівників та річного доходу відповідають критеріям, визначеним у Законі України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618-VI та Господарському кодексі України (розд. II «Суб'єкти господарювання», п. 3 ст. 55) (див. Табл. 1).

Таблиця 1. Ознаки малих підприємств в Україні та ознаки їх інноваційного розвитку

Суб'єкт	Кількість працівників, осіб	Річний дохід (в євро за курсом НБУ)	Особливості інноваційного розвитку суб'єктів господарювання	Специфіка, що обмежує інноваційний розвиток
Мікропідприємництво	≤ 10	≤ 2	Специфічні способи передачі знань та досвіду ¹ .	Обмежені фінансові та людські ресурси
Мале підприємництво	≤ 50	≤ 10	Фокус на пошук і використання безкоштовних ресурсів та бюджетних технологій ² Фокус на передачі знань та досвіду ³	

Примітка

1 Специфічні способи передачі знань та досвіду – це цілеспрямовані методи та інструменти, що використовуються для систематичного передавання теоретичних знань, практичних навичок та досвіду від однієї особи чи групи осіб до іншої. Ці методи відрізняються від загального обміну інформацією та мають на меті забезпечити ефективне засвоєння нових знань та їхнє застосування в практичній діяльності.

2 Фокус на пошук і використання безкоштовних ресурсів та бюджетних технологій — це метод, що передбачає активний пошук та використання безкоштовних або низько вартісних інструментів, платформ та знань для розвитку бізнесу та впровадження інновацій.

3 Фокус на передачі знань та досвіду – це процес систематичного передавання теоретичних знань, практичних навичок та досвіду від однієї особи чи групи осіб до іншої. Це важливий процес, який сприяє розвитку організації, підвищенню ефективності роботи та передачі корпоративної культури.

Джерело: сформовано авторами на основі [1-2; 4]

Згідно з даними, представленими в таблиці, очевидно, що з огляду на обмеженість інших ресурсів, саме передача знань та досвіду є ключовим фактором успішного інноваційного розвитку малого підприємництва у сфері туризму. Це дозволяє [2; 4; 5]:

1. Прискорити процес впровадження інновацій. Так, через передачу досвіду та знань нові підприємства, що відповідають ознакам малих можуть скористатися досвідом більш досвідчених гравців на ринку, уникнувши типових помилок і скоротивши час на розробку нових продуктів.

2. Підвищити рівень інноваційності. Завдяки передачі знань малі підприємства отримують доступ до нових ідей, технологій та підходів, що сприяє розвитку більш креативних та інноваційних продуктів і послуг.

3. Зміцнити співпрацю. Обмін знаннями та досвідом сприяє створенню мереж співпраці між різними учасниками туристичного ринку, що дозволяє об'єднувати зусилля для розв'язання спільних проблем та досягнення спільних цілей.

4. Підвищити конкурентоспроможність. Зокрема, передача знань дозволяє малим підприємствам бути більш конкурентоспроможними на глобальному ринку, де постійно зростає рівень конкуренції.

Процес передачі знань та досвіду забезпечує поступовий, еволюційний розвиток малих підприємств у туристичній сфері, дозволяючи їм адаптуватися до змінюваного ринку та постійно вдосконалюватися [3]. Завдяки цьому процесу новостворені підприємства можуть використовувати напрацювання досвідченіших гравців на ринку, уникати типових помилок і прискорювати розробку нових продуктів. Це важливо для малих підприємств через специфіку, що формує [2-3]:

1. Економію часу та ресурсів. Нові малі підприємства можуть уникнути тривалого та витратного процесу "розробки інновації" і зосередитися на завданнях з її впровадження;

2. Зменшення ризиків. Завдяки досвіду інших, власники малих підприємств можуть передбачити потенційні проблеми та розробити ефективніші рішення.

3. Швидшу адаптацію до змін. Так, знання про ринок та його тенденції дозволяють швидше реагувати на зміни та виходити на нові сегменти.

Підвищення рівня інноваційності в контексті малого бізнесу в туристичній сфері означає впровадження нових рішень, які дозволять залучити більше клієнтів і забезпечити розвиток, завдяки передачі знань, що є ключовим фактором цього процесу. Фактично, малі підприємства отримують доступ до нових ідей, технологій та підходів від більш досвідчених гравців на ринку, що дозволяє їм [4; 6]:

1. Розробляти унікальні пропозиції. Маючи доступ до широкого спектра знань, малі підприємства можуть створювати індивідуальні туристичні продукти, які задовольняють навіть найвибагливіших клієнтів.

2. Оптимізувати процеси. Так, досвід інших дозволяє уникнути типових помилок та оптимізувати внутрішні процеси (для підвищення ефективності та зниження витрат).

3. Залучати інвестиції. Інноваційні ідеї та проекти більш привабливі для інвесторів, що відкриває нові можливості для розвитку бізнесу.

Для малого підприємства зміцнення співпраці в туристичному бізнесі означає створення міцних взаємовідносин між різними суб'єктами туристичного ринку для досягнення ефекту синергії. Фактично, це може бути співпраця між малим підприємством та різними туристичними агентствами (як великими мережами, так і невеликими локальними компаніями), готелями та готельними комплексами (від бюджетних хостелів до розкішних готелів), транспортними компаніями (авіаперевізниками, залізницями, автобусними перевезеннями), музеями, парками, історичними місцями, ресторанами та кафе (зкладами харчування, які пропонують різноманітні кулінарні досвіди) тощо. Об'єднання зусиль малого підприємства, що належить до сфери екскурсійних туристичних послуг, із готелями, авіакомпаніями та туристичними агентствами для створення пакетних турів – це яскравий приклад співпраці в туристичному бізнесі. В цьому контексті важливим є таке об'єднання зусиль, що забезпечить [2; 4-5]:

1. Створення якісніших та комплексних туристичних продуктів. Слід враховувати, що саме спільні проекти дозволяють малим підприємствам на рівних конкурувати з великими гравцями на ринку, забезпечити розширення клієнтської бази, сприяють розвитку туризму в регіоні й підвищенню його іміджу.

2. Доступ до нових технологій та інструментів. Завдяки передачі знань, малі підприємства можуть дізнатися про нові програмні продукти для

управління бронюваннями, маркетингові інструменти, а також про інноваційні підходи до організації туристичних послуг.

Підвищення конкурентоспроможності малого підприємства у сфері туристичних послуг – це процес впровадження інновацій, покращення якості послуг, адаптації до змін на ринку та ефективного використання ресурсів, який дозволяє малим туристичним підприємствам конкурувати з більшими компаніями [3]. Передача знань є одним із ключових інструментів для досягнення цієї мети, оскільки вона дозволяє малим підприємствам [2-3]:

1. **Переймати та використовувати кращі практики.** Досвідчені підприємці можуть поділитися своїми знаннями про те, як ефективно управляти бізнесом, як залучати клієнтів та як підвищити якість послуг.

2. **Розширити мережу контактів.** Передача знань відбувається не тільки через формальні канали, але й під час неформального спілкування. Це дозволяє налагодити корисні контакти з іншими підприємцями, постачальниками послуг та партнерами.

Зазначимо, що передача знань відбувається поступово, з кожним новим проектом і кожним співробітником, який приєднується до компанії. Це створює основу для постійного зростання та сталого розвитку. Значущість процесу послідовної передачі досвіду та знань, щодо ринку, продуктів та послуг, управління бізнесом та законодавчих новацій вимагає забезпечення ефективності цього процесу за такими основними напрямками як [3]:

1. **Менторство.** Досвідчені працівники підприємства або власники успішних малих бізнесів можуть стати менторами для новачків, надаючи їм персоналізовану підтримку та поради.

2. **Організація навчальних заходів на підприємстві,** спрямована на передавачу систематизованих знань великій аудиторії.

3. **Майстер-класи.** Практичні заняття, де досвідчені фахівці демонструють, як вирішувати конкретні завдання.

4. **Коворкінг та бізнес-інкубатори,** що передбачають створення спільних робочих просторів, наявність яких сприяє неформальному обміну досвідом.

5. Онлайн-платформи, на яких організуються навчальні вебінари, форуми, онлайн-курси спрямовані на дистанційне навчання персоналу.

6. Бізнес-асоціації та клуби, спрямовані на об'єднання малих підприємств та підприємців в межах галузевих асоціацій для обміну досвідом та кращими практиками.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Проведене дослідження підтвердило, що передача знань відіграє визначальну роль в успішному інноваційному розвитку малого бізнесу в туристичній сфері. Отримані дані дозволяють сформулювати такі ключові висновки:

1. Доведено, що передача знань є ефективним інструментом для пришвидшення процесу впровадження інновацій в малих туристичних підприємствах. Завдяки доступу до досвіду більш досвідчених компаній, нові гравці ринку можуть уникати типових помилок та скорочувати час на розробку нових продуктів і послуг..

2. Доведено, що обмін знаннями сприяє підвищенню рівня інноваційності в туристичній сфері. Малі підприємства отримують доступ до нових ідей, технологій та підходів, що дозволяє їм розробляти креативні та інноваційні туристичні продукти

3. Доведено, що передача знань сприяє створенню ефективних мереж співпраці між різними учасниками туристичного ринку. Об'єднання зусиль дозволяє розв'язувати спільні проблеми та досягати синергетичного ефекту .

4. Доведено, що передача знань є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності малих туристичних підприємств на глобальному ринку. Завдяки доступу до нових знань, малі підприємства можуть розробляти унікальні туристичні продукти, покращувати якість обслуговування та ефективніше використовувати маркетингові інструменти.

Отримані результати дослідження підтверджують, що передача знань є потужним інструментом для поступового, еволюційного розвитку малого

бізнесу в туристичній сфері. Вона не лише підвищує конкурентоспроможність окремих компаній, а й сприяє сталому розвитку туристичної галузі.

Враховуючи наведені положення перспективи подальших розвідок у даному напрямі полягають у дентальному вивченні механізмів передачі знань в туристичній сфері, розробці ефективних моделей співпраці між великими та малими підприємствами, а також оцінці впливу державної політики на процес передачі знань.

Література

1. Господарський кодекс України, від 16.01.2003 № 436-IV (Сторінка 1 з 12). URL.: zakon2.rada.gov.ua.
2. Гринько Т. В., Єфімова С. А. Теоретичні засади управління інноваційним потенціалом промислового підприємства. Вісн. Нац. ун-ту водного господарства та природокористування. Сер. Економіка. 2013. № 3(63).С. 75-83.
3. Інновінг в туризмі: монографія / А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.
4. Крупський О.П. Організаційна культура туристичного підприємства як індикатор його інноваційного потенціалу. Бізнес-Інформ. 2014. № 9. С. 200-204
5. Zaiachkovska H., Tserklevych V., Vovk S. The influence of the global perfumery market on the principles of the formation of a tourist flow. Estudios de Economia Aplicada. 2021. №. 39 (5). URL: <https://ojs.ual.eshttps://doi>
6. Чуєва І., Ніколаєва Л., Косарева Н. (2021). Інноваційні технології туристичної діяльності на світовому ринку туристичних послуг. Економіка та суспільство. № 30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19>.

References

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2024), “Commercial Code of Ukraine”, available at: zakon2.rada.gov.ua. (Accessed 12.10.2024).
2. Grynko, T. V. and Yefimova, S. A. (2013), “Theoretical principles of managing the innovative potential of an industrial enterprise”, *Visn. Nats. un-tu*

vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya. Ser. Ekonomika, vol. 3 (63), pp. 75-83.

3. Mazaraki, A.A., Melnychenko, S.V., Mykhailichenko, G.I. and Tkachenko, T.I. etc. (2016), *Innovinh v turyzmi* [Innovation in tourism], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. Kyiv, Ukraine.

4. Krupskyi, O.P. (2014), “Organizational culture of a tourist enterprise as an indicator of its innovative potential”, vol. 9, pp. 200-204.

5. Zaiachkovska, H., Tserklevych, V. and Vovk, S. (2021), “The influence of the global perfumery market on the principles of the formation of a tourist flow”, *Estudios de Economia Aplicada*, vol. 39 (5), available at: <https://ojs.ual.eshttps://doi> (Accessed 12.10.2024).

6. Chueva, I., Nikolaeva, L., & Kosareva, N. (2021), “Innovative technologies of tourist activity in the world market of tourist services”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, [Online], vol. 30, available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19> (Accessed 12.10.2024).

Стаття надійшла до редакції 31.10.2024 р.