

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТСЬКОГО БІЗНЕСУ

© Перерва П.Г., Маслак М.В., Носирєв О.О., 2019

Задача цього дослідження полягає в тому, щоб на основі теоретичного дослідження сутності підприємницької діяльності, виявлення особливостей підприємництва на підприємствах туризму, визначити мету і зміст підприємництва в даному виді бізнесу. Актуальність дослідження визначає те, що останнім роки відбувається відновлення підприємництва як економічної основи благополуччя суспільства. В умовах перехідної економіки одним з головних чинників створення повноцінного ринкового середовища є формування і розвиток підприємництва. Будь-який підприємець прагне до максимізації свого прибутку, так як його матеріальне багатство залежить від доходів, які приносить його справу або фірма. Але, отримуючи прибуток для себе, підприємець виробляє необхідні для суспільства товари або послуги, створює нові ринки, надає нові або підтримує вже наявні робочі місця, сам є покупцем товарів і послуг, створених іншими, і платить відповідні податки. Таким чином, чим більше в країні підприємців, які прагнуть отримати вигоду і успішно витягають її шляхом впровадження інновацій, пов'язаних з комерційним ризиком, тим багатше суспільство [1-14].

Поняття «інтрапренерство» виникло з поєднання двох слів: «enterpris» – (підприємство або підприємництво) та латинського префікса «intra» – (внутрішній). З цього випливає, що дане поняття означає «внутрішньофірмове підприємництво». Таким чином, «інтрапренерство» можна перевести як внутрішньофірмове або внутрішньокорпоративне підприємництво, пов'язане з використанням власного досвіду, власних фондів, власних наукових розробок. Такого роду початкове науково-методичне наповнення терміна «інтрапренерство», на нашу думку, в значній мірі відповідає меті, завданням і принципам внутрішньофірмового трансферу технологій. Такий висновок вимагає більш детального теоретико-методичного дослідження інтрапренерства як економічної категорії.

Економічна сутність інтрапренерства, на нашу думку, полягає, в першу чергу, в пошуку і реалізації нових комбінацій факторів виробництва (оновлення продукції, технологій, організаційних підходів) з метою задоволення явного або потенційного попиту. Суб'єктом творчої новаторської економічної діяльності може бути як індивідуальний підприємець, так і група людей, що діють в рамках виробничо-господарської структури. Суб'єктом новаторської діяльності є людина-новатор, яка висуває нові ідеї, виступає з ініціативою випуску нового товару, з ініціативою щодо реалізації нових рішень, нових підходів і т.п. При цьому слід знати, що далеко не кожна людина може стати інтрапренером, для цього потрібні відповідні як вроджені, так і сформовані в результаті навчання риси. З точки зору рушійних сил підприємництва важливими рисами інтрапренера є цілеспрямованість, енергійність, наполегливість, ініціативність, працьовитість, готовність до ризику та ін.

Проведений авторами аналіз існуючих визначень терміна «інтрапренерство» дозволяє авторам зробити власне визначення, яке, на наш погляд, поєднує традиційні і сучасні принципи, форми, завдання та результати внутрішньофірмового підприємництва. Інтрапренерство – це специфічний вид підприємництва, який дозволяє досягати ефективного використання власних ресурсів підприємства для впровадження прогресивних науково-технічних і технологічних розробок, створених за рахунок використання творчої підприємницької ініціативи співробітників при всебічній підтримці та заохоченні з боку вищого керівництва туристичного підприємства.

Пропоноване визначення направлено на вирішення низки найважливіших завдань, які в сучасній виробничо-комерційній діяльності туристичних підприємств є визначальними при досягненні ними своїх комерційних цілей на цільовому ринку. Серед них відзначимо наступні:

- Ø активізація і використання творчого потенціалу співробітників;
- Ø більш ефективне використання власних ресурсів підприємства (матеріальних, технічних, фінансових, інформаційних, людських і т.п.);
- Ø розширення, поліпшення і вдосконалення номенклатури та асортименту продукції підприємства, що випускається;
- Ø оперативне реагування на зміни потреб і потреб споживачів продукції туристичного підприємства, що пред'являються ними в зв'язку з ринковими, соціальними і науково-технічними змінами на цільовому ринку;

- Ø максимальна реалізація творчого потенціалу співробітників з метою поліпшення виробничо-комерційної діяльності туристичного підприємства;
- Ø створення основи для подальшого розвитку виробництва туристичних послуг;
- Ø створення ідеальних умов для внутрішньофірмового трансферу туристичних послуг, розроблених на власному підприємстві і швидкої реалізації всіляких нововведень;
- Ø швидка реалізація різноманітних нововведень (технічних, продуктових, організаційних, управлінських, ринкових і т.п.);
- Ø істотне поліпшення техніко-економічних показників роботи підприємства і з соціально-економічних показників життя його співробітників.

Впровадження підприємництва в сферу туристичної індустрії істотно підвищить ефективність її діяльності, розширить споживчі можливості, підвищить рівень конкурентоспроможності. Все це дозволить істотно поліпшити показники економічної діяльності туристичного бізнесу.

1. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.

2. Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія / П.Г.Перерва, Л.С.Марчук // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

3. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства / Л.С.Марчук // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.

4. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства / П.Г.Перерва // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.

5. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові / П.Г.Перерва // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2018. – № 37(1313). – С. 27-32.

6. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства / Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.

7. Перерва П. Г. Системний підхід до дослідження цінових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції / П. Г. Перерва, А.В.Косенко, Т.О.Кобелева, М.В.Маслак // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.

8. Перерва П. Г. Ефективність як економічна категорія / П.Г.Перерва, А.В.Кравчук // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.

9. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.

10. Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring / P.G.Pererva, T.O.Kobieliava // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 41-44

11. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві / Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

12. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115/

13. Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць – Х. : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.

14. Романчик Т.В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В.Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.