МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Чернігівський НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

**В ТУРИЗМІ**

**Опорний конспект лекцій**

для студентів всіх форм навчання

*спеціальності 242 «Туризмознавство»*

**ЧЕРНІГІВ 2017**

УДК 338.48(075.8)

ББК 65.433я73

Б87

*Затверджено на засіданні кафедри туризму*

*Протокол № 3від 18 листопада 2016 р.*

|  |  |
| --- | --- |
| Укладач: | **Бриль Кирило Григорович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму ЧНТУ. |
| Рецензент: | **Забаштанський Максим Миколайович**, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету життєдіяльності, природокористування і туризму ЧНТУ. |

**Б 87**

**Бриль К. Г.** Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інноваційні технології в туризмі» для студентів всіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм» / К. Г. Бриль. – Чернігів : ЧНТУ, 2017 – 104 с.

УДК 338.48(075.8)

ББК 65.433я73

© Бриль К. Г.

**Зміст**

**Лекція1**

**Теоретичні засади інноваційного розвитку 5**

1.1 Мета та завдання курсу. Основні поняття і визначення 5

1.2 Роль держави, науки та суб’єктів господарювання в інноваційних

процесах 7

1.3.Класифікація інновацій в туризмі 10

**Лекція 2**

**Історичні аспекти розвитку теорії інноваційних процесів 11**

2.1 Формування поглядів на інноваційні процеси 11

2.2 Цикли Кондратьєва та їхній зв'язок з інноваційними процесами 15

2.3 Поняття про технологічний устрій 18

**Лекція 3**

**Інноваційні процеси в туризмі 20**

3.1 Структура і стадії інноваційних процесів при створенні

туристичного продукту 20

3.2 Транснаціоналізація процесу туристичного виробництва 26

3.3 Інновації в управлінні туристичними підприємствами 30

**Лекція 4**

**Державне регулювання інноваційної діяльності 33**

4.1 Національна інноваційна система. Підтримка і стимулювання

інноваційних процесів 33

4.2 Зміст державної інноваційно-інвестиційної політики

в галузі туризму 36

4.3 Напрями регіональної інноваційно-інвестиційної діяльності 41

**Лекція 5**

**Інформаційні інноваційні технології в процесах туристичного**

**Обслуговування 43**

5.1 Автоматизація і віртуалізація як характеристики туристичних

корпорацій нового покоління 43

5.2 Формування ІТ-стратегії туристичних підприємств 46

5.3 Оцінка рівня автоматизації туристичного підприємства 50

**Лекція 6**

**Інноваційні проекти в туризмі 54**

6.1 Суть інноваційних проектів в туризмі та їх зміст 54

6.2 Розробка концепції інноваційного проекту 59

6.3 Планування, менеджмент та контроль інноваційного проекту 64

**Лекція 7**

**Правові аспекти інноваційної діяльності 68**

7.1 Загальні положення про інтелектуальну власність 68

7.2 Оформлення прав на об’єкти інтелектуальної власності 76

7.3 Захист прав інтелектуальної власності 79

**Лекція 8**

**Формування інноваційного розвитку туристичної галузі** 84

8.1 Особливості постіндустріального укладу 84

8.2 Стратегії забезпечення сталого розвитку туризму 86

8.3 Поняття «інвестиційно-інноваційна привабливість»

туристичної галузі 90

**Лекція 9**

**Роль і місце туристичних послуг у новій економіці 93**

9.1 Споживчий сектор як основна рушійна сила нової економіки 93

9.2 Планування науково-технологічної роботи туристичної компанії 95

9.3 Застосовування інноваційного маркетингу і менеджменту

туристичними компаніями 97

# Рекомендована література 101

**Лекція 1**

**Теоретичні засади інноваційного розвитку**

**1.1 Мета та завдання курсу. Основні поняття і визначення**

**1.2 Роль держави, науки та суб’єктів господарювання в інноваційних процесах**

**1.3 Класифікація інновацій в туризмі**

**1.1 Мета та завдання курсу**

**Основні поняття і визначення**

**Метою дисципліни** є вивчення теоретичних основ інноваційного менеджменту в туризмі, розроблення та запровадження інноваційного туристичного продукту, використання інноваційних технологій в його формуванні, обслуговуванні туристів; застосування нових інформаційних технологій комплектування, просування та продажу турів; формування знань щодо новітніх механізмів та методів управління міжнародними та вітчизняними підприємствами сфери туризму.

**Завданням вивчення** дисципліни є теоретична та практична підготовка з питань:

- застосування теоретичних аспектів інноваційного менеджменту в практичній діяльності;

- знайомство з інноваційними технологіями в сфері туристичних послуг, із спектром новітніх технологій, використовуваних в готельному і ресторанному сервісі, курортній справі і туризмі;

- використання продуктових та технологічних новацій в діяльності підприємств;

- розвиток уявлень про арсенал комп'ютерних засобів інформаційного забезпечення інновацій на основі функціональної моделі сучасного програмного забезпечення;

- розуміння взаємозв'язку технології надання послуги з технічними засобами, необхідними для її виконання;

- застосування методів оцінки економічної ефективності інноваційних перетворень.

Проблема інноваційного розвитку — предмет пильної уваги економістів. Складність проблеми викликала до життя різні концепції, кожна з яких акцентує увагу на дослідженні того або іншого її аспекту. Кінець кінцем з цих концепцій сформувалася теорія інноваційних процесів, або інноватика.

**Інноватика** **— галузь науки, яка вивчає закономірності розвитку інноваційних процесів.**

Фахівці різних рівнів — на підприємствах, в міністерствах і відомствах, регіональних адміністраціях займаються питаннями організації інноваційних процесів в межах своєї компетенції. У тому або іншому ступені вони є інноваційними менеджерами, а вид їхньої діяльності відноситься до інноваційного менеджменту.

**Інноваційний менеджмент —** це організація, планування, мотивація і контроль процесів розробки і впровадження нововведень на об'єктах різних рівнів, спрямовані на досягнення інноваційних цілей розвитку цих об'єктів.

**Інноваційні цілі** **—** це частина загальної системи стратегічних цілей. Вони пов'язані з потребою оновлення процесів, які протікають в організації.

У інноваційному менеджменті можна виділити практичну і наукову складові. Практична складова проявляється в здійсненні конкретних управлінських дій в тій або іншій сфері, наприклад у сфері виробництва. Але в основі цих дій лежать певна методологія, понятійний апарат, прийоми, розробка яких може бути віднесена до наукової складової. Останньою і являється вже згадана інноватика.

Загальновизнаним є підхід **Й. Шумпетера, який виділяв п’ять типів інновацій:**

* виробництво невідомого споживачам нового продукту з якісно новими властивостями;
* впровадження нового засобу виробництва, в основу якого не обов’язково покладено нове наукове відкриття, а може бути застосований новий підхід до комерційного використання продукції;
* освоєння нового ринку збуту галуззю промисловості країни, незважаючи на те, чи існував цей ринок раніше, чи ні;
* залучення нових джерел сировини та напівфабрикатів незалежно від того, чи існували раніше ці джерела, чи ні;
* введення нових організаційних та інституціональних форм.

Спільними рисами перелічених видів інновацій є новизна та можливість практичного застосування в економічній діяльності. Й. Шумпетер розрізняв поняття «винахід», «дослідження і розробки» та «інновація»: **винахід** – це ідеї, які є корисними для бізнесу, але не обов’язково використовуються; **дослідження і розробки** – це науково-технічна діяльність, яка проводиться у виробництві і в державних чи громадських установах; **інновація** – це комерційне впровадження новинок.

**Інновація в туризмі -** це система науково-дослідних, організаційно-економічних, технологічних та інших заходів, спрямованих на докорінне перетворення й оновлення туристичного продукту, механізму його просування та реалізації з метою досягнення соціального, економічного, екологічного чи іншого ефекту.

**Інноваційна привабливість –** це суб’єктивна оцінка учасниками інноваційної діяльності об’єктивних особливостей підприємства або продукту на основі якої приймається рішення про доцільність розробки і комерційного використання інновацій.

**Науково-технічний прогрес (НТП)** **–** це еволюційний розвиток усіх елементів виробничих сил суспільства на основі пізнання і освоєння сил природи; об’єктивна, постійно діюча закономірність розвитку матеріального виробництва, результатом якої є послідовне вдосконалення техніки, технології і організації виробництва.

В той же час, відомо, що 60% - 70% від усіх наукових розробок у виробництво взагалі ніколи не впроваджується. Тобто **науково-дослідний процес охоплює значно більший обсяг знань, чим та його частина, яка є виходом науково-технічного прогресу в практику.**

Науково-технічний прогрес за тисячоліття людської цивілізації пройшов складний і суперечливий шлях розвитку. Це було викликано тим, що саме **технічний прогрес, який здійснювався на перших етапах розвитку товариства, здійснювався окремо від наукового прогресу до кінця XVIII - почала XIX ст.** І тільки в період промислової революції почалося швидке зближення наукового і технічного прогресу і виник цілісний науково-технічний прогрес(НТП). З того часу почався процес перетворення науки у безпосередню продуктивну силу, який тривав близько 150 років і завершився в середині 50-х років XX ст. розгортанням науково-технічної революції.

Науково-технічний прогрес здійснюється в двох формах: еволюційній і революційній.

* **Еволюційна форма НТП** має місце, коли техніка і технологія, вживана у виробництві, удосконалюється на основі вже відомих наукових знань. Прикладом цієї форми НТП є розвиток і вдосконалення енергії пари, електроенергії або атома і т.ін.
* **Революційна форма НТП** означає перехід до техніки і технології, побудовані на принципово нових наукових ідеях. Прикладом цієї форми є перехід від ручних знарядь праці до машинних, заміна енергії пари в електричну або атомну, застосування лазерної і інших сучасних технологій.

Винахід і впровадження у виробництво принципово нових науково-технічних розробок призводять до істотних змін в трудовому процесі, передбачають розширення продуктивних можливостей людства. Тому в даному випадку йдеться про науково-технічну революцію. **Науково-технічна революція** є якісним стрибком в розвитку продуктивних сил товариства на основі корінних зрушень в наукових знаннях. Такі перевороти в науці, техніці і виробництві відбуваються регулярно. Останній з них почався в середині 50-х років XX ст., Коли був створений перший комп'ютер, коли людина почала використати енергію атомного ядра і займатися генною інженерією.

**1.2 Роль держави, науки та суб’єктів господарювання**

**в інноваційних процесах**

Особливими **пріоритетами інноваційної політики держави є** гармонійний розвиток людського потенціалу, економіки та навколишнього середовища. Це зумовлює потребу в розвитку інновацій у туризмі, який охоплює майже 50 суміжних галузей економіки і створює додаткові робочі місця. Нині він має значний вплив на економічний розвиток не тільки країн, які вважаються традиційно туристичними, а й на всю світову економіку. Туризм, як складова сфери послуг, здатний визначати стан таких галузей, як торгівля, страхування, банківська справа, зв'язок, - та вносити корективи в розвиток машинобудування, авіаційної промисловості, будівельної індустрії сільського господарства та автомобілебудування.

**Головною метою державної інноваційної політики є:**

* створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного використання науково-технічного потенціалу країни;
* впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозбережних технологій;
* виробництво й реалізація нових видів конкурентоспроможної продукції.

**Тому нововведення повинно не тільки мати економічний ефект, а й бути екологічно безпечним. Найбільш реальними до здійснення можуть бути інновації в рекреаційно-туристичній сфері.** Формування видів туризму відбувається в системному зв'язку «природний комплекс + технічні системи (інженерні комунікації та інфраструктура)» де технічні системи, облаштовуючи природний комплекс, роблять його доступним і таким, що відповідає потребам туриста. У свою чергу, природний комплекс у цьому взаємозв'язку постійно потребує вдосконалення технічної системи заради свого збереження й стійкості та формування у свідомості людей установки обирати не просто економічно вигідний продукт, а екологічно безпечний.

**Туристична галузь найбільше зацікавлена в пошуку новітніх джерел енергії удосконаленні транспортних систем, охороні й оздоровленні людини та навколишнього середовища, розвитку інноваційної культури суспільства.** Це зумовлює пошук нововведень, які здатні забезпечувати взаємозв'язок екології й економіки, спрямовані на досягнення еколого-економічного ефекту, оскільки на сьогодні спостерігаються суперечності між екологією та економікою.

Вирішення цієї проблеми полягає в регулюванні державою розвитку інновацій у туризмі, що сприяло б прогресу в розумінні його як економічного розвитку на фоні екологічної безпеки. Сучасна відсутність взаємодії екологи й економіки становить загрозливу тенденцію зворотного руху, тобто регресу соціально-економічного розвитку через низький технічний рівень більшості про­мислових підприємств, що призводить до зростання екологічної небезпеки для середовища, в якому існує суспільство.

Розвиток здійснюється в часі і має певну спрямованість, тобто послідовність розвитку стадій у часі, а також має векторне розташування як у напрямі піднесення - прогресу, так і у зворотному напрямі – регресу. Успішний розвиток, тобто прогрес суспільних систем залежить від несуспільних інноваційних процесів, що періодично відбуваються й впливають не тільки на галузь науки та техніко-технологічноі сфери, а й тісно пов'язані з економічними та соціальними перетвореннями.

**Це дає підстави прогнозувати розвиток інновацій, здатних ув'язати в собі економіку й екологію в тій галузі, яка спрямована на соціально-економічний розвиток суспільства та базується на екологічній безпеці. Такою економічною галуззю є туризм, який здійснює ряд соціально-економічних функцій, але має у своїй основі природно-культурні ресурси тому вимагає певного екологічного рівня. Отже сучасний розвиток інновацій, що відповідатиме пріоритетам інноваційної політики держави може бути вирішений засобами туризму. Це зумовлює необхідність аналізу інновацій, які мають набути розвитку в туристичній галузі.**

Розвиток видів туризму дав поштовх розвитку відповідних галузей, зок­рема культивування автомобільного туризму впливало на розвиток автомобільної промисловості. Проте наявність такої туристичної інновації, як космічний туризм, поки не привело до значного розвитку космічної галузі. Це наводить на думку, що інновація повинна отримати значну підтримку в споживача й довести власну рентабельність, яка розуміється як відповідність вкладених у неї ресурсів та отриманих результатів. Тому необхідно більш уважно розглянути рентабельність транспортних послуг як складової туристичною продукту в системі його послуг таких як трансфер, розміщення, харчування та додаткові послуги (розваги лікування та екскурсійне обслуговування). **Таким чином, визначено пріоритети сучасної інноваційної політики держави, які можуть бути вирішені засобами туризму, вони містяться у взаємозв'язку "туризм -транспорт".**

Такий напрям державного регулювання зумовить розвиток інновацій щодо створення відтворювальної (рекреаційної) функції як навколишнього середовища так і людини. Саме розвиток екологічного транспорту може започаткувати розвиток туризму на інноваційній основі. Такий підхід зумовлює відповідні органи державної влади, яким делеговано здійснення туристичної політики, формувати відповідне правове та фінансове забезпечення. За умов, що склалися, державне регулювання розвитком інновацій у туризмі буде впливом держави на діяльність господарських суб’єктів усіх форм власності зі створення екологічно безпечного соціального продукту, який створюватиме рекреаційний ефект.

**Це вимагатиме симбіозу:**

* науки;
* економіки;
* державного управління.

**Суб’єкти науки** повинні забезпечити теоретико-методологічну основу інновацій в туризмі, вчасне дослідження й вироблення понять і теоретичних положень нових явищ, процесів, товарів і послуг, що можуть бути в галузі туризму. Досліджені теоретичні поняття повинні стати основою системи правових норм, що регулюють туристичну діяльність.

**Суб’єкти господарювання** повинні орієнтуватися на створення такого продукту, який сприяв би не тільки створенню прибутку його виробнику, а й давав довготривалий екологічний ефект.

**Як суб’єкти науки, так і економіки діятимуть у таких напрямах, тільки якщо заходи державного регулювання постійно спонукатимуть їх діяти в напрямі екологічної безпеки.**

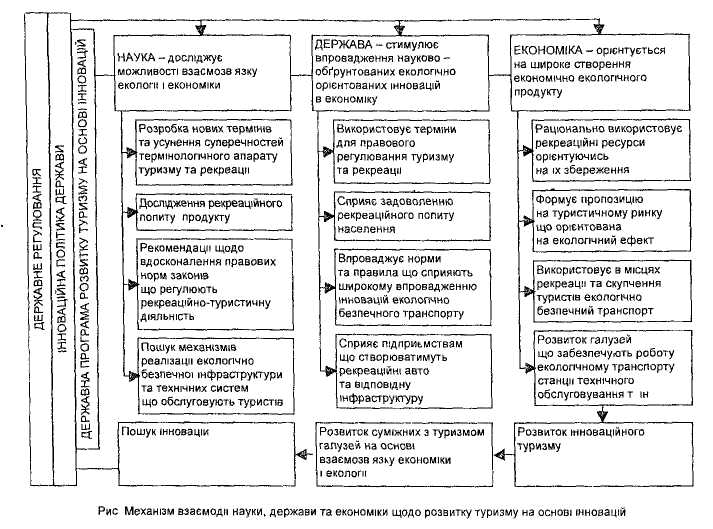


Рисунок 1.1 – Механізм взаємодії науки, держави та економіки щодо розвитку туризмуна основі інновацій

**1.3 Класифікація інновацій в туризмі**

**Вивчення інноваційноїпривабливості обраної території**

**Отже, туристична інновація включає інновацію самого турпродукту та інновацію процесів виробництва і споживання турпродукту**. До першого типу інновацій можна віднести, наприклад, розроблення і популяризацію екологічного або пригодницького туризму, до другого - впровадження комп'ютерної системи пошуку і бронювання турів в інформційному просторі Інтернет. З урахуванням накопиченого досвіду і на основі відбору репрезентативних критеріїв можна здійснити таку **типологію інновацій в туризмі:**

**1. За носієм інноваційного процесу:** продуктові; технологічні; матері­ально-технічні; управлінські; правові.

**2. За галуззю індустрії туризму:** інновації готельного господарства; гро­мадського харчування; туристичних підприємств; санаторно-курортних закладів; транспорту; системи підготовки кадрів для туризму; рекламно-інформа­ційних закладів; органів управління; страхування; кредитно-фінансових установ; системи загально господарської та спеціальної інфраструктури.

**3. За ступенем новизни:** поліпшуючі; радикальні; комбінаторні,

**4. За масштабом новацій:** світові; національні; регіональні; фірмові.

**5. За формою:** ноу-хау; винаходи; товарні знаки й торгівельні марки; нові документи (опис технологій, виробничих і управлінських процесів); конструкції.

**6. За етапом НТП:** наукові; технічні; технологічні; конструкторські; виробничі; інформаційні.

**7. За стадією життєвого циклу турпродукту:** інновації етапу стратегіч­ного маркетингу; стадії науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; етапу організаційно-технологічної підготовки виробництва; етапу виробництва туристичних послуг, включаючи тактичний маркетинг; етапу післяпродажного сервісу.

**8. За сферою застосування:** внутрішні; зовнішні; змішані.

**9. За темпами здійснення:** швидкі; повільні; рівномірні; нерівномірні.

**10.За частотою застосування:** разові; дифузні.

**11.За ефективністю:** економічні; соціальні; екологічні; інтегральні.

**12.За результативністю:** високорезультативні, середньорезультативні,

низькорезультативні.

Найбільше поширення в сучасній практиці туризму отримали такі види інновацій (за критерієм носія інноваційного процесу).

**Серед продуктових інновацій**найбільше значення мають: розробка нових, раніше невідомих на ринку турів; залучення до туристичного процесу нових видів ресурсів або створення ресурсів із заданими властивостями і новою цільовою функцією; освоєння нових сегментів туристського ринку; створення нових типів туристсько-рекреаційних територій (наприклад, тематичних парків).

**Технологічні інновації**представлені розробленням нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, які поліпшують якість послуг, впровадженням інформаційних технологій (туристичних інформаційно-пошукових систем, систем бронювання і продажу авіаквитків, туристичних пакетів, місць в готелях); інноваціями екологічного спрямування тощо.

**Група управлінських інновацій**включає нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі, нові методи управління персоналом турфірми, обґрунтування функціонально-ієрархічної й територіальної структури підприємств корпоративного типу, нових форм і методів контролю над діяльністю суб'єктів туристичного ринку; геоінформаційне забезпечення регіонального управління туризмом.

**Лекція 2**

**Історичні аспекти розвитку теорії інноваційних процесів**

**2.1 Формування наукових поглядів на інноваційні процеси**

**2.2 Цикли Кондратьєва та їхній зв'язок з інноваційними процесами**

**2.3 Поняття про технологічний устрій**

**2.1 Формування наукових поглядів на інноваційні процеси**

1 - французький просвітник Жан Кондорсе(18 ст.);

2 - американський економіст Йозеф Шумпетер(1883 - 1950);

3 - німецький вчений Герхард Менш;

4 - німецький економіст А. Кляйнкнехт;

5 - англійські економісти К. Фримен, Дж. Кларк;

6 - російський учений А. И. Пригожин;

7 - російський учений С. Ю. Глазьев;

8 - американський економіст М. Портер.

**Жан Кондорсе.** Поява інноватики бере відлік з того часу, коли наукові знання стали більш менш активно використовуватися в практичній діяльності. Ще у XVIII ст. французький просвітник Жан Кондорсе звернув увагу на взаємозв'язок науки і промисловості. Він відмічав, що «прогрес наук забезпечує прогрес промисловості, який сам потім прискорює наукові успіхи, і цей взаємний вплив, дія якого поновлюється, має бути зарахований до найбільш діяльних, найбільш могутніх причин вдосконалення людського роду». Він же вказував на загальність наукових знань, відмічаючи, що «для кожного покоління неминуче зростає та сума знань, яку можна придбати за один і той же проміжок часу, з однією і тією ж розумовою силою».

**Йозеф Шумпетер.** Родоначальником теорії інноваційних процесів в сучасному її трактуванні є Й. Шумпетер (1883 - 1950). Він досліджував проблеми кон'юнктури, історію економічних навчань і економічної системи. Йому належить концепція економічної динаміки і циклів, центральне місце в якій відводиться підприємницькій функції.

Він ввів поняття інновації. Інноваційний процес - це створення нових технологій, які задають коливання усієї світової економіки. По його інноваційній теорії кожен цикл ділився на дві частини: **інноваційну** - створення і впровадження нових технологій, і **імітаційну** - їх поширення. У теорії Кондратьєва вони відповідають підвищуючим і понижуючим стадіям циклу, проте, якщо порівняти графіки циклів довгих і інноваційних хвиль, то вони не співпадатимуть хронологічно, а так би мовити трохи поєднані по фазі. Це, ймовірно, пов'язано з інерційністю суспільно-економічних процесів.

Познайомившись з теорією Н. Д. Кондратьєва, Й. Шумпетер високо оцінив концепцію великих циклів кон'юнктури і ввів поняття «Кондратьєвські цикли». З'єднавши свої розробки про роль підприємця в процесі економічного розвитку і теорію довгострокових коливань економічної динаміки Кондратьєва, Шумпетер створив теорію інноваційних циклів, в якій довгохвильові коливання визначив як одну з форм прояву економічної динаміки, що породжується інноваційним процесом.

По Шумпетеру, спонукальним мотивом до пошуку і впровадження нових комбінацій є **прибуток**, який стає винагородою за нововведення. На його думку центральним суб'єктом в процесі змін усередині системи є **підприємець**, який впроваджує нововведення в періоди спокою і рівноваги. Такі нововведення призводять до порушення безперервності, вимагають відмови від старого(продукти, форми організації та ін.) на користь незвичного нового і пов'язані з ризиком. Старе витісняється - починається процес "творчого руйнування".

**Герхард Менш.** Видне місце серед учених-економістів, які досліджують проблеми нововведень, займає німецький вчений Герхард Менш. Він намагався пов'язати темпи економічного зростання і циклічність з появою базисних нововведень. На думку Г. Менша, коли базисні нововведення вичерпують свій потенціал, виникає ситуація **технологічного пата, який визначає застій в економічному розвитку. Промисловий розвиток — це перехід від одного технологічного пата до іншого**.

Г. Менш запропонував класифікацію нововведень. Він виділив три великі групи:

* базисні;
* покращуючі;
* псевдоінновації.

Базисні інновації розділені на технологічні (утворюють нові галузі і нові ринки) і нетехнологічні (зміни в культурі, управлінні, громадських послугах). Між нововведеннями існує конкуренція за ресурси, бо кожен вид нововведень вимагає певних витрат праці і капіталу. Процес руху від одного технологічного пата до іншого відбувається за допомогою переходу від базисних нововведень до тих, що покращують і далі до псевдоінновацій.

**Г. Менш відмічає, що технологічний пат доводиться на фазу рецесії довгої хвилі. У стадії депресії економіка виявляється структурно готовою для переходу до нових базисних нововведень. Саме на цій стадії утворюються кластери базисних нововведень. Це один з наріжних моментів теорії Г. Менша.**

Він розглядає зв'язок ринкового механізму і перерв в потоці базисних нововведень і відмічає у зв'язку з цим ряд недоліків ринку:

* його нездатність переорієнтовувати потоки ресурсів з "старих" галузей в "нові";
* прагнення фірм економити на витратах на нововведення;
* бажання отримувати прибуток в короткостроковому періоді, що перешкоджає ухваленню довгострокових рішень, які потрібні для базисних нововведень.

**А. Кляйнкнехт.** Багато положень концепції Г. Менша були критично розглянуті і розвинені іншими авторами. Зокрема, німецький економіст А. Кляйнкнехт уточнює тезу про формування кластерів нововведень на стадії депресії. Він вважає, що кластери нововведень-продуктів дійсно утворюються на фазі депресії, а ось кластери нововведень-процесів — на підвищувальній стадії довгої хвилі. Кляйнкнехт пропонує наступну класифікацію нововведень, яка дозволяє чіткіше розмежувати **інновації-продукти і інновації-процеси:**

* + "чисті" нововведення-продукти, призначені для кінцевого споживання;
  + нові медичні процедури, апарати і ліки;
  + нові інвестиційні товари, призначені передусім для виробництва споживчих товарів і послуг;
  + нові технічні пристрої і нові матеріали, використання яких можливе у виробництві як інвестиційних, так і споживчих товарів;
  + наукові інструменти, які призначені для лабораторних досліджень, але надалі можуть бути використані і в промислових цілях;
  + "чисті" нововведення-процеси, які спрямовані тільки на економію чинників виробництва 1-5.

**К. Фримен і Дж. Кларк.** Значне місце в теорії інноваційних процесів займають концепції, які досліджують формування технологічних систем і дифузії нововведень. Ця концепція розвивається рядом учених, серед яких можна виділити англійських економістів К. Фримена і Дж. Кларка. Вони вводять поняття технологічної системи як системи взаємозв'язаних сімейств технічних і соціальних нововведень.

Відповідно до переконань вказаних економістів темпи економічного зростання залежать від формування, розвитку і старіння технологічних систем. Поширення нововведень розглядається як механізм розвитку технологічної системи, а темпи такого поширення зв'язуються з ринковим механізмом, наявністю відповідних умов і стимулювання.

На думку Крістофера Фримена і його колег, поштовхом до розвитку економіки служить поява базисних нововведень в окремих галузях виробництва. **Старіння технологічних систем в одних країнах і поява таких систем в інших країнах призводять до нерівномірності розвитку між країнами. Економічне зростання розглядається ними як наслідок появи нових галузей.**

**А. І. Пригожин.** Питання класифікації нововведень досить глибоко досліджені і в роботах російських учених. Зокрема, дуже детальна і оригінальна типологія нововведень дана А. І. Пригожиним. Він розділив нововведення за типом нововведень, виділяючи тут матеріально-технічні і соціальні нововведення; по механізму здійснення; по особливостях інноваційного процесу. У сучасних умовах особливого значення набувають концепції регулювання ринку нововведень. Предметом досліджень в них є проблеми інтелектуальної власності, ціноутворення на ринку технологій, маркетинг нововведень та ін.

**С. Ю. Глазьев.** Істотним внеском у розвиток інноваційної теорії можна назвати розробку російськими економістами **концепції технологічних устроїв.** Поняття технологічного устрою введене в науковий обіг С. Ю. Глазьевим і його колегами.

У сучасній економічній теорії чергування ділових циклів зв'язується зі зміною технологічних устроїв в суспільному виробництві. Технологічний **устрій (хвиля) — сукупність технологій, характерних для певного рівня розвитку виробництва; у зв'язку з науковим і техніко-технологічним прогресом відбувається перехід від нижчих устроїв до більш високих, прогресивних.**

**М. Портер.** Значний вклад у формування конкурентних стратегій вніс американський економіст М. Портер. Широко відома його **матриця стратегій фірми, що пов'язує воєдино сфери конкуренції і конкурентні переваги**. М. Портер показав, що фірма може досягти конкурентної переваги, здійснюючи виробництво з меншими витратами або на основі диференційованої якості продукції. Заслуговують також на увагу його розробки про параметри глобальної стратегії фірми, детермінанту конкурентної переваги країн, стадії розвитку конкуренції.

М. Портер виділяє чотири стадії конкурентоспроможності національної економіки:

* чинників виробництва;
* інвестицій;
* нововведень;
* багатства.

Кожна з вказаних стадій характеризується специфічним механізмом управління інноваціями і економікою в цілому. На стадії **чинників виробництва** перевага тієї або іншої країни виражається через природні ресурси, кліматичні умови, надмірні і дешеві трудові ресурси. На цій стадії панують прості технології, а прогресивні технології, як правило, створюються за кордоном. **Стадія інвестицій** настає тоді, коли національні фірми стають здатними вкладати гроші в купівлю технологічних ліцензій, сучасне ефективне устаткування. Національна економіка при цьому здатна сприйняти і поліпшити зарубіжну технологію. На наступній стадії — **стадії нововведень** національні фірми в змозі поліпшити іноземну технологію і створити нову. Внутрішній попит при цьому досить об'ємний і різноманітний. Міняється роль держави, характер її політики — більшу вагу набувають непрямі методи регулювання економіки. **На стадії багатства** стимулом розвитку є підвищення добробуту, капітали переміщаються у фінансову сферу, знижуються темпи економічного зростання.

Сучасні непрямі методи регулювання припускають заохочення науково-технічної кооперації, розвиток інноваційної інфраструктури, розробку довгострокових технологічних прогнозів, спрощення процедур створення інноваційних компаній.

**2.2 Цикли Кондратьєва та їхній зв'язок з інноваційними процесами**

Одним з перших, хто розпочав серйозні дослідження інновацій і їх ролі в економічному розвитку, став Н. Кондратьєв. Будь-яка ринкова система схильна до циклічних коливань, які виражаються в періодичних підйомах і спадах не лише в промисловому виробництві, але і в розвитку економіки в цілому. Ці зміни в економічній кон'юнктурі називають макроекономічною нестабільністю або циклічністю розвитку ринкової економіки, які характеризуються наступними ознаками:

* наявність коливань, тобто зміна позитивної динаміки (зростання) негативною динамікою (спадом);
* періодичність коливань, тобто хвилеподібна динаміка, виражена через коливання, які йдуть одне за іншим;
* наявність в коливаннях одиниці, що повторюється, - циклу.

**Економічний цикл - це період часу, впродовж якого здійснюються спад і підйом економічної (діловий) активності.**

Слід зазначити, що циклічні коливання, які носять періодичний характер, необхідно відрізняти від тренду - довготривалої тенденції економічного розвитку. Цю відмінність можна представити графічно (рис. 2.1), де циклічні коливання показані хвилеподібною суцільною лінією, а тренд - прямою пунктирною.

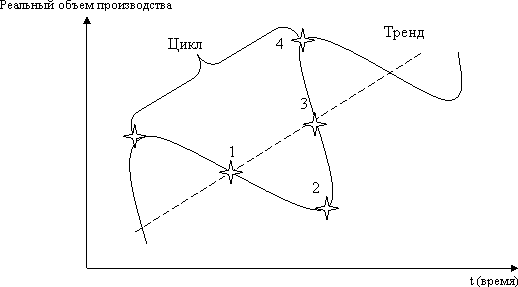


Рисунок 2.1 – Різниця маж циклічними коливаннями та трендом

Сучасна економічна наука налічує більше тисячі видів циклів. Найбільш поширеною є класифікація економічних циклів за тривалістю, в якій зазвичай виділяють три типи циклічних коливань:

* **короткострокові** цикли періодичністю 3,5-4 роки **називають також циклами Дж. Кітчина.** Цикли Кітчина пояснюються часовим проміжком між виділенням інвестицій і введенням в дію нових засобів праці, внаслідок чого рівновага відновлюється.
* **середньострокові** цикли періодичністю 8-10 років **це цикли Р. Жугляра.** Головну причину цих циклів більшість економістів бачать в оновленні основного капіталу.
* **довгострокові** цикли періодичністю 48-55 років - **довгі хвилі Кондратьєва**. Були названі на честь видатного російського економіста Н. Д. Кондратьєва. Він припустив, що найбільш руйнівні кризи відбуваються тоді, коли співпадають точки найбільшого спаду ділової активності довгохвильового і середньострокового циклів. Прикладами таких станів економіки можуть служити криза 1873 р. і «Велика депресія» 1929-1933 рр.

Досліджуючи розвиток країн Європи за період 100-150 років, Кондратьєв виділив три великі цикли:

1-й цикл - з початку 90-х рр. XVIII ст. до середини XIX ст.

2-й цикл - з середини XIX ст. до 1890-1896 рр.

3-й цикл - з 1896 р. по 1940-1945 рр.

**Причому у своїх циклах Кондратьєв виділяв дві фази - підвищуючу і понижуючу. Він показав, що перед підвищувальною фазою відбувається пожвавлення у сфері технічних винаходів, після якої, на стадії промислового підйому, відбувається їх масове впровадження у виробництво. Він показав взаємозв'язок НТП з розвитком великого циклу.** Головну ж причину існування великих циклів Кондратьєв пояснював різними термінами функціонування різних господарських благ (споживчі товари, знаряддя праці, будівлі), на виробництво яких необхідно витратити різний час, особливо, щоб накопити капітал на їх створення.

Теорія довгих або великих циклів має особливе значення, оскільки дає можливість прогнозувати розвиток ринкової системи далеко уперед і, отже, збільшити її адаптивність, амортизуючи майбутні потрясіння.

На характер циклу, тривалість і специфіку його окремих фаз великий вплив роблять причини, які обумовлені двома групами чинників: зовнішніми і внутрішніми. Відповідно до їх розрізняють екзогенні і ендогенні теорії економічного циклу.

**Екзогенні теорії пояснюють економічний цикл наявністю зовнішніх чинників, тобто тих обставин, які лежать поза економічною системою.**

До таких чинників, в першу чергу, відносяться:

– природні катаклізми (повені, землетруси, теорія сонячних плям);

– політичні шоки (теорія політико-економічного циклу, що пояснює підйоми активізації уряду напередодні виборів);

– психологічні установки (песимістичні і оптимістичні настрої, що періодично охоплюють товариство).

Незважаючи на наявність зовнішніх причин що викликають до життя циклічні коливання, більшість економістів вважають, що економічні цикли слід зв'язувати з певними економічними подіями, тобто більшість економістів - прибічники ендогенних теорій.

**Ендогенні теорії пояснюють економічний цикл як породження внутрішніх чинників, властивих економічній системі.**

До таких внутрішніх економічних чинників відносяться:

– фізичний термін служби основного капіталу (кожні 10-12 років в XIX ст. і кожні 7-8 років в ХХ ст. основний капітал оновлюється, оскільки технічний прогрес постійний, отже, в зазначені терміни основний капітал фізично і морально застаріває і його необхідно замінити);

– активізація або спад споживчої активності;

– інновації;

– економічна політика держави, яка виражається в прямому і непрямому впливі на виробництво, попит і споживання.

Спроби пояснити економічний цикл за допомогою тільки екзогенних або ендогенних теорій не давали успіху, оскільки зміни економічної системи такого масштабу не можуть бути викликані тільки зовнішніми або тільки внутрішніми чинниками. Тому більшість вчених економістів пояснюють економічний цикл синтезом тих і інших, тобто зовнішні чинники дають поштовх циклу, а внутрішні призводять до фазових коливань. В цілому, усі ці причини можуть бути зведені до однієї головної причини. **Головна причина економічних циклів** - невідповідність між сукупним попитом і сукупною пропозицією, між сукупними витратами і сукупним обсягом виробництва. Тому циклічний характер розвитку економіки можна пояснити: або зміною сукупного попиту при незмінній сукупній пропозиції (зростання сукупних витрат веде до підйому, їх скорочення призводить до рецесії); або зміною сукупної пропозиції при незмінному сукупному попиті (скорочення сукупної пропозиції означає спад в економіці, його зростання - підйом).

**2.3 Поняття про технологічний устрій**

**Йозеф Шумпетер в роботі «Теорія економічного розвитку» (1934) зв'язав технологічні устрої з циклами Кондратьєва.**

Технологічний устрій характеризується єдиним технічним рівнем утворюючих його виробництв, зв'язаних потоками якісно однорідних ресурсів, спираються на загальні ресурси кваліфікованої робочої сили, загальний науково-технічний потенціал та ін.

**Життєвий цикл технологічного устрою має** **три фази** **розвитку і визначається періодом приблизно в сто років:**

* перша фаза припадає на його зародження і становлення в економіці попереднього технологічного устрою;
* друга фаза пов'язана із структурною перебудовою економіки на базі нової технології виробництва і відповідає періоду домінування нового технологічного устрою впродовж п'ятдесяти років;
* третя фаза доводиться на відмирання застаріваючого технологічного устрою. При цьому період домінування технологічного устрою характеризується найбільш великим сплеском в його розвитку.

**Відомі п'ять технологічних устроїв (хвиль).**

**Перший устрій (1785-1835 рр.)** заснований на нових технологіях в текстильній промисловості, використанні енергії води. **Ядро:** текстильна промисловість, текстильне машинобудування, виплавка чавуну, обробка заліза, будівництво каналів, водяний двигун. **Ключовий чинник:** текстильні машини.

**Другий устрій (1830-1890 рр.)** - прискорений розвиток транспорту (будівництво залізниць, парове судноплавство), виникнення механічного виробництва в усіх галузях на основі парового двигуна. **Ядро:** паровий двигун, залізничне будівництво, транспорт, машино, пароплавобудування, вугільна, станкоинструментальная промисловість чорна металургія. **Ключовий чинник:** паровий двигун, верстати.

**Третій устрій (1880-1940 рр.)** базується на використанні в промисловому виробництві електричної енергії, розвитку важкого машинобудування і електротехнічної промисловості на основі використання сталевого прокату, нових відкриттів в області хімії. Були впроваджені радіозв'язок, телеграф, автомобілі. З'явилися великі фірми, картелі, синдикати, трести. На ринку панували монополії. Почалася концентрація банківського і фінансового капіталу. **Ядро:** електротехнічне, важке машинобудування, виробництво і прокат сталі, лінії електропередач, неорганічна хімія. **Ключовий чинник:** електродвигун, сталь.

**Четвертий устрій (1930-1990 рр.)** заснований на подальшому розвитку енергетики з використанням нафти і нафтопродуктів, газу, засобів зв'язку, нових синтетичних матеріалів. Це ера масового виробництва автомобілів, тракторів, літаків, різних видів озброєння, товарів народного споживання. З'явилися і широко поширилися комп'ютери і програмні продукти для них, радари. Атом використовується у військових і потім в мирних цілях. Організовано масове виробництво на основі конвеєрної технології. На ринку панує олігопольна конкуренція. З'явилися транснаціональні і міжнаціональні компанії, які здійснювали прямі інвестиції в ринки різних країн. **Ядро:** автомобиле-, тракторобудування, кольорова металургія, виробництво товарів тривалого користування, синтетичні матеріали, органічна хімія, виробництво і переробка нафти. **Ключовий чинник:** двигун внутрішнього згорання, нафтохімія.

**П'ятий устрій (1985-2035 рр.)** спирається на досягнення в області мікроелектроніки, інформатики, біотехнології, генної інженерії, нових видів енергії, матеріалів, освоєння космічного простору, супутниковому зв'язку і тому подібне. Відбувається перехід від розрізнених фірм до єдиної мережі великих і дрібних компаній, сполучених електронною мережею на основі Інтернету, здійснюючих тісну взаємодію в області технологій, контролю якості продукції, планування інновацій. **Ядро:** електронна промисловість, обчислювальна, оптико-волоконна техніка, програмне забезпечення, телекомунікації, роботобудування, виробництво і переробка газу, інформаційні послуги. **Ключовий чинник:** мікроелектронні компоненти.

Основними перевагами цього технологічного устрою в порівнянні з попереднім (четвертим) устроєм є: індивідуалізація виробництва і споживання, переважання екологічних обмежень на енерго- і матеріалоспоживання на основі автоматизації виробництва, розміщення виробництва і населення в малих містах на основі нових транспортних і телекомунікаційних технологій та ін.

**Які ж виходи пропонують прибічники концепції ТУ?** Головна причина «міжукладних» криз, вважають вони, полягає в тому, що суспільство запізніло реагує на необхідність зміни (оновлення, удосконалення) продуктивних сил (існуючі суспільні відносини виробництва заважають цьому виробництву нормально розвиватися). Країни, які першими пристосувалися до нових умов, виявлялися в майбутньому «на коні». При цьому слід додати, що зазвичай ці ж країни устигають швидко пристосуватися і до наступного ТУ, новачки тут з'являються рідко.

Звідси і вихід, пропонований прибічниками цієї концепції: максимально згладити перехід від технологічного устрою, який відживає, до наступного. Ключовим **чинником наступного, шостого ТУ**, економісти бачать: нанотехнології, клітинні технології і методи генної інженерії; виникнення альтернативної енергетики (воднева енергетика, використання енергії вітру, сонця) економічно прийнятних параметрів. Отже, говорять економісти, ми повинні заздалегідь розвивати ті галузі, які виявляться домінуючими при наступному технологічному устрої, і робити для цього відповідні приготування.

**Висновки з теорії технологічних устроїв:**

1. Зміна технологічного устрою співпадає зі зміною інноваційних хвиль Шумпетера. Згідно з цією концепцією ми зараз знаходимося на рубежі зародження нового - шостого технологічного устрою. Причиною існування попередніх п'яти технологічних устроїв він називав особливості, властиві продуктивним силам в різні епохи капіталізму.

2. Провідні галузі і види діяльності, завдяки яким капітал має максимальне зростання, - складають ядро ТУ, а технологічні нововведення завдяки яким виникло ядро, називаються ключовими чинниками.

3. Кожному устрою властиві свої особливості соціального життя суспільства, роль держави в управлінні виробництвом, країни-домінанти, їх політика, перспективні наукові напрями і міра їх значущості у виробництві.

4. Майбутній технологічний устрій зароджується в надрах поточного, і набуває чинності, коли останній вичерпує свою можливість і втрачає ефективність по збільшенню норми прибутку.

**Лекція 3**

**Інноваційні процеси в туризмі**

**3.1 Структура і стадії інноваційних процесів при створенні**

**туристичного продукту**

**3.2 Транснаціоналізація процесу туристичного виробництва**

**3.3 Інновації в управлінні туристичними підприємствами**

**Управління знаннями**

**3.1 Структура і стадії інноваційних процесів**

**при створенні туристичного продукту**

Існує розподіл наукової праці за стадіями інноваційного циклу. Інноваційний процес поділяється на окремі етапи, види діяльності та стадії, зокрема: фундаментальні та прикладні дослідження, проектно-конструкторські розробки, освоєння нововведення у виробництві й експлуатації. Це призводить до дискретності інноваційного циклу, коли окремі результати не знаходять довгий час свого застосування на наступних стадіях.

Слід зазначити, що, на відміну від виробничого процесу, **інноваційний процес характеризується:**

* високим ризиком і невизначеністю шляхів досягнення цілей;
* неможливістю детального планування та орієнтації на прогнозні оцінки;
* необхідністю переборювати опір як у сфері економічних відносин, так і інтересів учасників інноваційного процесу;
* залежністю від соціально-економічного середовища, в якому він функціонує і розвивається.

**Потреба в інноваційному процесі** формується під впливом такої суперечності, як співвідношення між реальною і бажаною ситуацією в розвитку суспільства. Започатковує інноваційний процес настанова на зміну ситуації або її вдосконалення. Розрізняють **три види інноваційного процесу:**

* простий внутрішньоорганізаційний (натуральна форма). Простий внутрішньоорганізаційний інноваційний процес передбачає створення і використання нововведення в рамках однієї організації. Нововведення при цьому не набирає безпосередньо товарної форми.
* простий міжорганізаційний (товарна форма). У разі простого міжорганізаційного інноваційного процесу нововведення стають предметом купівлі-продажу у відносинах між виробниками та споживачами.
  + розширений інноваційний процес виникає з появою нових виробників нововведення, порушуючи монополію виробника-піонера, що сприяє через конкуренцію удосконаленню властивостей нововведення.

Вирізняють такі **форми трансферту інновацій** на світовому ринку:

* передавання, продаж або надання за ліцензією всіх форм промислової власності (за винятком товарних і фірмових знаків);
* торгівля високотехнологічною продукцією;
* передавання технологічного знання, необхідного для придбання, монтажу і використання обладнання, машин, напівфабрикатів і матеріалів, одержаних за рахунок оренди, закупки, лізингу або будь-яким іншим шляхом;
* промислове і технічне співробітництво в тій частині, що стосується технічного утримання обладнання й устаткування, напівфабрикатів і матеріалів;
* надання консалтингових послуг та інжиніринг;
* передавання технологій у рамках інвестиційного;
* співробітництва.

На риунку 3.1 показано послідовність і взаємозалежність стадій інноваційного процесуна підприємстві.



Рисунок 3.1 – Структура інноваційного процесу

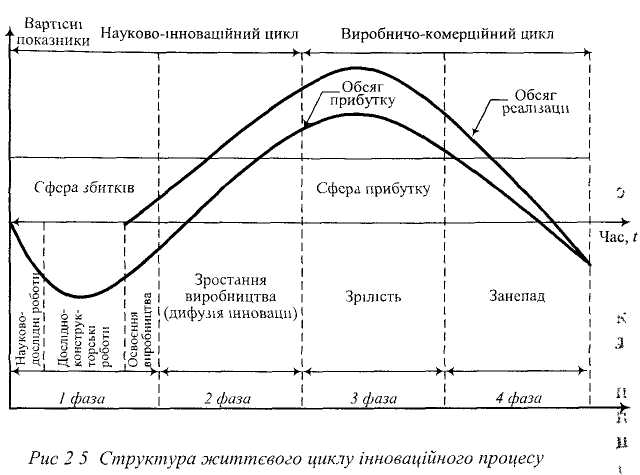


Рисунок 3.2 – Структура життєвого циклу інноваційного процесу

З метою розуміння сутності життєвого циклу розглянемо його складові детальніше.

Сутність **першої фази** - створення новинки - складається з комплексу робіт, спрямованих на перетворення результатів науково-дослідних розробок у зразки нових виробів, їх адаптацію до ринку та оцінювання умов включення в економічний обіг. Комплексність цих робіт полягає в тому, що вони поєднують одночасно створення чи пристосування існуючого виробничого апарату для організації виробництва нового товару. На цій фазі також починаються маркетингові дослідження під час продажу перших дослідних партій (зразків), що має велике значення для введення інновації на ринок. Ця фаза є виключно збитковою.

Друга **фаза** пов'язана з освоєнням виробництва та зростанням обсягів продажу, досягненням запланованого рівня рентабельності. Припадаючи на сферу виробництва, цей етап є найважливішим у всьому життєвому циклі продукції, бо саме тут реалізується матеріально-речова основа інноваційного циклу. На даній фазі споживачі відкривають для себе новизну й оцінюють її як споживчу вартість.

**Третя фаза** - фаза зрілості. Вона характеризується зменшенням темпів зростання виробництва, стабілізацією. Слід зазначити, що довготривалість масового випуску нового продукту спричиняє подвійний вплив на ефективність. З одного боку тривале виробництво нової продукції забезпечує високі економічні результати, задовольняючи попит та забезпечуючи накопичення для відтворення; з іншого - виникає необхідність оновлення продукції, бо це є обов'язковою умовою утримання місця на товарному ринку і підвищення конкурентоспроможності. Усе це потребує оптимізації часу виробництва з урахуванням змін темпів зростання його економічної ефективності. На цій фазі збільшується конкуренція внаслідок дифузії та тиражування нововведення.

**Четверта фаза** - фаза занепаду: моральне старіння продукту. Попит спадає, нововведення стає неконкурентоспроможним і витісняється іншими новаціями. Тому ще до настання цієї фази фірми прагнуть модернізувати продукт або створити новий. Для забезпечення постійного розвитку це робиться одночасно. Можна продовжити життєвий цикл інновації, якщо активно працювати в маркетинговій сфері, підтримуючи попит на дану продукцію шляхом зниження цін, через рекламу або інші канали збуту.

**Моделі поширення інновацій.** Можна виокремити дві основні моделі інноваційного процесу. **Перша - це модель дифузії нововведення на макрорівні в межах усієї економіки.** Нагадаємо, що **дифузія -** це поширення вже колись опанованої і використовуваної інновації в нових умовах або нових галузях виробництва, у нових країнах. Унаслідок дифузії зростає кількість як виробників, так і споживачів.

Таким чином, **модель дифузії нововведень на макрорівні безпосередньо залежить від створення державою економічних, організаційно-правових та соціальних умов, через певну фінансово-кредитну, податкову, патентну, амортизаційну та іншу політику, яка стимулює як створення, так і впровадження, швидке поширення новацій.** Звичайно, до різних товарів, технологій, соціально-економічних умов застосовуються різні варіанти інноваційної політики **з** точки зору її спрямованості і впливу на соціально-економічні процеси. До того ж під час дифузії нововведень необхідно брати до уваги можливість адаптації соціально-економічного середовища до певних циклічних змін.

**Друга модель поширення інновацій** характеризує внутрішньоорганізаційний шлях нововведення в окремо взятій фірмі (підприємстві) чи організації.

Основу інноваційної політики на промислових підприємствах різних галузей становлять саме інновації продукту. Вони є вирішальними з точки зору призначення підприємства - забезпечувати певні потреби суспільства. Але необхідно враховувати при цьому зв'язок з іншими видами інноваційної діяльності, бо продуктові інновації спричиняють нововведення технологічні, персоналу та управлінської діяльності. Останні, у свою чергу, забезпечують успішну та ефективну реалізацію продуктових інновацій.

Інновації продукції можуть розглядатися з погляду:

* нового використання вже відомого продукту;
* зміни зовнішнього вигляду вже відомого продукту;
* фундаментальної зміни вже відомого продукту;
* (поліпшення певних характеристик, підвищення якості, зниження витрат виробництва в результаті використання нових матеріалів або нових технологічних засобів);
* винаходу справді нового продукту.

У свою чергу, кожний новий продукт може характеризуватися:

* наявністю в нього нових технічних рішень, їх значущістю (науково-технічний аспект);
* впливом на ринок, тобто ринковою новизною (економічний аспект).

Якщо нова модель продукту краще від існуючої за техніко-економічними характеристиками (за рахунок застосування нових наукових рекомендацій, винаходів і технічних рішень) і витрати на її освоєння невеликі, а ринкова новизна в продукті відсутня, то його впровадження навряд чи забезпечить прибуток виробнику. Разом з тим ринкова новизна продукту може бути досягнута і без науково-технічних рішень - завдяки змінам у зовнішньому вигляді, розмірі, формах і т. ін.

Одним з першочергових напрямів модернізації, сферою появи інновацій в туристичній діяльності став процес туристичного виробництва, що є створенням туристичних послуг і туристичного продукту на базі **факторів (туристичні ресурси, капітал і трудові ресурси), із застосуванням засобів (інфраструктура і супраструктура) і технологій туристичного виробництва.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Процес туристичного виробництва:** | | |
| **Фактори** | **Засоби виробництва** | **Технології** |
| - туристичні ресурси  - капітал  - трудові ресурси | - інфраструктура  - супраструктура  (суміжні галузі)  - інформаційне поле | - виробничі  - організаційні  - маркетингові |

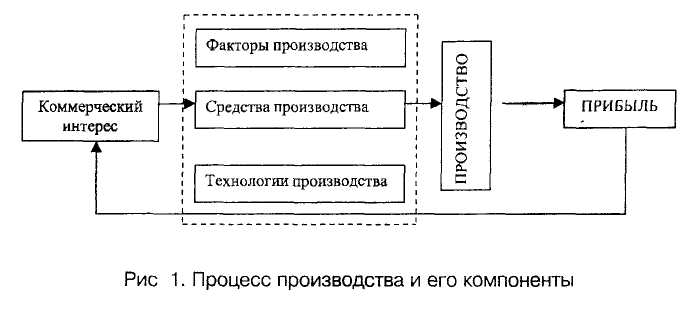


Рисунок 3.3 – Процес виробництва і його компоненти

Виробництво туристичного продукту можливе тільки за наявності **трьох основних** **факторів:**

* туристичних ресурсів;
* капиталу;
* праці.

До туристичних ресурсів можна віднести практично будь-який об'єкт, комплекс об'єктів, образ або ідею, здатні викликати туристичний інтерес, тобто усвідомлене прагнення індивіда до безпосереднього ознайомлення.

Як чинник виробництва капітал — це сукупність матеріальних або нематеріальних благ, використання яких у виробництві дозволяє створення більшої кількості і іншої якості матеріальних або нематеріальних благ.

Праця — є доцільна діяльність людини, за допомогою якої вона перетворює природу і пристосовує її для задоволення своїх потреб.

**Засоби виробництва** **туристичного продукту є предмети матеріального або нематеріального світу, організації або інформація, які дозволяють ефективно здійснювати виробництво туристичного продукту.**

**До складу засобів виробництва туристичного продукту можна віднести три основні складові:**

* інфраструктуру;
* супраструктуру туристичної індустрії;
* інформаційне поле.

**Інфраструктура туризму** - це складова частина економічної системи, яка забезпечує нормальну і ефективну діяльність туристичної індустрії, призначена безпосередньо для використання в процесі виробництва, просування і продажу туристичного продукту і безпосередньо залежна від стану туризму в регіоні.

**Елементами інфраструктури туризму виступають:**

* матеріальна база спеціалізованих суб'єктів господарювання (туристичних операторів, агентів, виробників товарів туристського споживання, екскурсійні бюро);
* система державних органів, сприяючих створенню правової бази, контролю і регулюванню туризму в регіоні (відповідні державні підприємства, організації, установи);
* система некомерційних і комерційних організацій, підприємств і установ, які функціонують в цілях підтримки і розвитку туризму в регіоні (туристичні біржі, виставки, ярмарки і т. ін.).

**Супраструктура туризму (суміжні галузі)** — це частина економічної системи, яка також забезпечує ефективне функціонування туристичної індустрії, виробництво якісного і привабливого туристичного продукту, але спочатку призначена для задоволення потреб як туристів, так і інших споживачів на ринку, побічно залежна від стану туризму в регіоні.

**Елементами супраструктури туристичної індустрії є:**

* матеріально-технічна база ряду суб'єктів господарювання;
* (готелі, транспортні компанії, житлово-комунальний комплекс, підприємства громадського харчування і т. д.);
* державні структури або організації(зв'язок, пошта, телеграф, дороги);
* іноземні державні установи, представництва(консульські служби).

**Інформаційне поле** як засіб виробництва туристичного продукту є **сукупністю засобів і способів передачі туристичної або ділової інформації на відстані.** Інформація нині є як виробничим ресурсом, що дозволяє певні коригування при створенні максимально привабливого туристичного продукту, так і єдиним способом просування туристичного продукту на світовому туристичному ринку.

Для того, щоб стати максимально ефективним засобом виробництва туристичного продукту, інформаційне поле повинне відповідати ряду вимог;

* бути максимально мобільним і оперативним;
* бути надійним і таким, що виключає можливі перешкоди в комунікаціях;
* відрізнятися широтою охоплення;
* бути доступним для максимальної кількості користувачів.

**Технології** **виробництва туристичного продукту являють собою сукупність знань, досвіду і методик, систематизованих і алгоритмізованих для використання в процесі виробництва туристичного продукту.**

По сфері застосування технології виробництва туристичного продукту можна розділити на:

* безпосередньо виробничі (наприклад, схеми взаємодії туроператорів з постачальниками туристичних послуг, консульськими службами іноземних держав);
* організаційні (організація і розподіл праці);
* маркетингові (рекламна стратегія, брендінг, методика проведення маркетингових досліджень).

Залежно від авторства технології можуть бути власними (авторськими, фірмовими) або запозиченими (у результаті обміну досвідом, навчання або стажування).

Також технології можуть бути стандартними (популяризованими і поширеними) і креативними (оригінальними).

**3.2 Транснаціоналізація процесу туристичного виробництва**

Чому ми так детально розглядали процес виробництва туристичного продукту? Для того, щоб зрозуміти, на які його складові здійснювався вплив інноваційних процесів на різних етапах розвитку туризму.

Перш за все, хотілося б конкретизувати поняття глобалізації і транснаціоналізації, оскільки їх часто вживають як синоніми, хоча це далеко не одне і теж. **Глобалізація і транснаціоналізація співвідносяться як процес і сучасна його стадія (форма).**

Вивчення еволюції ринку міжнародних поїздок дозволяє виділити **ряд історичних етапів,** пройдених туристичним ринком на шляху побудови глобальних економічних зв'язків. **Перехід до кожного наступного етапу супроводжувався посиленням міжнародної економічної інтеграції.**

Розглянемо більш детально фази (історичні етапи) глобалізації, які пройшов туристичний ринок.

**1-й історичний етап.** До середини 20 століття міжнародний туризм носив характер **класичної світової торгівлі**, при якій функціонуючі національні туристичні оператори вступали в торгові взаємовідносини з іноземними туристичними постачальниками (готелями, перевізниками, підприємствами громадського харчування), формували туристичний продукт. Невисокі об'єми міжнародних туристичних обмінів, а також недосконалість транспорту і засобів комунікації стримували зростання туризму у всьому світі, виключали виникнення ефекту масштабу в туристичному бізнесі.

**2-й історичний етап.** Стрімкий розвиток технологій, поширення авіатранспорту, здешевлення міжнародного телефонного зв'язку і поява електронних засобів зв'язку на фоні соціально-економічних змін, які відбувалися в другій половині XX століття, привели до популяризації міжнародних поїздок і зростання туристичних потоків в країнах Заходу. Зростання **рентабельності туристичного бізнесу, що підштовхується ефектом масштабу** і невисокими вхідними бар'єрами, привело до загострення конкурентної боротьби на туристичних ринках.

**3-й історичний етап.** Гонитва за мінімізацією собівартості турів вимагала від туроператорів скорочення транзакційних витрат, що на фоні необхідності підвищення гарантій надання туристичних послуг певної якості на зарубіжних курортах і забезпечення вільного від конкурентів «поля діяльності» веде до появи і поширення **іноземних інвестицій в туристичні індустрії «слабких» туристичних країн**.

**4-й історичний етап.** Зростання іноземних інвестицій ознаменувало **інтернаціоналізацію, що означає поширення стійких туристичних зв'язків (**часто односторонніх — «країна-донор — країна-реципієнт»), а також тісну взаємодію процесів туристичного виробництва двох (чи більше) країн, в результаті якої національна приналежність туристичної послуги у складі турпродукту або розмита, або втрачається зовсім.

**5-й історичний етап.** **Міжнародна економічної інтеграція: зближення і взаємнопристосування національних економік.** До включення їх в єдиний відтворювальний процес в інтернаціональних масштабах призвели:

* міжнародний розподіл праці;
* інтернаціоналізація капіталу;
* НТП глобального характеру;
* зростання мобільності робочої сили;
* підвищення міри відкритості національних економік.

Міжнародний туризм у рамках інтегрованих економічних систем відрізняє повне єднання процесів туристичного виробництва інтегрованих країн, забезпечений зовнішньополітичними і зовнішньоекономічними пріоритетами влади.

**6-й історичний етап.** Країна-донор вільно бере участь в умовах монополістичної або олігополістичної конкуренції в туристичному виробництві країни-реципієнта, забезпечуючи не лише зростання завантаженості її туристичних потужностей, але і якості її національного туристичного продукту. Паралельні зусилля інвесторів з країни — туристичного донора по просуванню турпродукту країни-реципієнта на власному ринку **поглиблюють міжнародний розподіл праці,** все сильніше позиціонуючи одну країну як місце для роботи, іншу — як популярну туристичну дестинацію, що істотно позначається на підвищенні інвестиційної привабливості туристичної індустрії країни-реципієнта.

**7-й історичний етап.** **Транснаціоналізація -** новий етап процесу інтернаціоналізації туристичної діяльності, який відрізняється від попередніх: коли світовий туристичний ринок практично диктує стандарти якості і економічні показники продукту, який випускається як материнською компанією, так і її філіями і дочірніми підприємствами. Сучасний етап транснаціоналізації туристичного бізнесу відрізняється зростаючою роллю в нім туроператорів, володіючих як власним запасом фінансової міцності, так і доступом до фінансових ресурсів найбільших банків, а також укрупненням туристичних і готельних ТНК в результаті процесів злиття і поглинань. Провідна роль на світовому туристичному ринку належить американським і європейським туристичним ТНК.

**Під транснаціоналізацією туристичного бізнесу мають на увазі:**

* **зростання числа і активності туристичних ТНК, міцно пов'язаних з транснаціональним фінансовим, банківським сектором;**
* **розширення масштабів діяльності туристичних ТНК, пов'язаний з їх перетворенням на реальних суб'єктів світової економіки.**

Аналіз історичних форм туристичного бізнесу дозволяє виділити **основні умови його транснаціоналізації**. Як вже було відмічено вище, перехід на транснаціональний рівень господарювання є своєрідним рішенням проблем недосконалості ринкових відносин. Туристичний ринок, як і будь-який інший, не може бути досконалим з ряду причин, зміст яких, незважаючи на трансформацію форми, практично незмінний упродовж останніх п'ятдесяти років. До умов транснаціоналізації сучасного туристичного ринку можна віднести наступні.

**1. Обмеження розвитку міжнародної туристичної діяльності відмінностями між регіональними ринками і між державами, залученими в туристичне виробництво.** Туризм вимагає уніфікації умов (комфорт, сервіс, мовне середовище, стандарти якості), в яких знаходяться під час поїздки мандрівники. Таку уніфікацію можуть забезпечити лише потужні міжнародні структури: мережі, картелі, синдикати, ТНК.

**2. Неможливість організації процесу туристичного виробництва у рамках окремих національних держав і за рахунок засобів одного національного виробника** вимагає підключення в виробничий процес іноземних корпорацій. Враховуючи нерівноцінність вкладів в загальну справу — з боку приймаючої держави тільки туристичні ресурси (часто навіть і не унікальні) і дешева робоча сила, з боку батьківщини майбутньої ТНК — усе інше, логічно припустити спрямованість вертикальних зв'язків, а також бажання іноземного інвестора їх закріпити юридично.

**3. Протекціоністські заходи на туристичному ринку країн-донорів (країн базування майбутніх ТНК).** Вихід на ці ринки, які мають істотно більш високий рівень споживчого попиту і місткість, — заповітна мрія будь-кого, хто намагається розвивати в'їзний міжнародний туризм держави, яка розвивається. Проте цей ринок наглухо закритий для іноземних виробників за допомогою інструментів державного регулювання (наприклад, умови ліцензування і сертифікації туристичних послуг, вимоги високих фінансових гарантій підприємств туристичної сфери), а також суто економічних і маркетингових бар'єрів (наявність сильних туристичних брендів і агентських мереж, висока вартість ділової нерухомості, реклами, рівень конкуренції в туристичному секторі і так далі).

**4. Великі розміри інвестицій у просування туристичного продукту країн-реципієнтів на ринку країн-донорів.** Не лише виробник туристичного продукту з країни-реципієнта (наприклад, готель або інкамінговий туроператор), але і сама влада, здатна закумулювати на просуванні національного туристичного продукту хоч увесь державний бюджет, не зможуть ефективно організувати збут на туристичних ринках країн-донорів. Ця недосконалість світового туристичного ринку також формує умову для його транснаціоналізації.

**6. Існуючі бар'єри на шляху вільного переміщення валютних коштів між державами** можна також розглядати як бар'єри на шляху міжнародних туристичних обмінів. Транснаціональне туристичне підприємство здатне обійти існуючі обмеження, перетворив міжнародні валютні обміни у внутрішньо корпоративні, а отже, істотно підвищити ефективність міжнародного туристичного виробництва.

**7. Відмінності в податковому законодавстві країн** також створюють сприятливе середовище для транснаціоналізації туристичного бізнесу. ТНК здатні здійснювати ефективне податкове планування, прибігати до допомоги трансфертного ціноутворення, і показувати прибуток в територіях, які володіють більш пільговими податковими режимами.

**8. Недосконалість міжнародного туристичного ринку, його нестабільність.** Стабільності у світовому туризмі не було ніколи, її немає і сьогодні. Туристичний бізнес відчуває на собі дію великого числа чинників внутрішнього і зовнішнього середовища, які відносяться економічного, політичного, демографічного, екологічного, культурного, соціального, технологічного середовищ.

**9. Нездатність «малих» країн здійснювати одночасний розвиток суміжних галузей, які забезпечують туристів (супраструктури).** Динамічний розвиток туристичного ринку вимагає ефективної організації переміщення фінансових ресурсів між окремими видами діяльності (наприклад, з одного готельного ланцюга в інший, з круїзного бізнесу в авіаперевезення і так далі), і при цьому забезпечувати стійке зростання туристичного виробництва. Для більшості ж малих держав, які пропонують спеціалізовані (найчастіше на пляжному відпочинку) туристичні послуги, можливість реструктуризації інвестицій в туристичній індустрії навряд чи має сенс.

**10. Бажання досягти максимального ефекту масштабу.** Ефект масштабу в туризмі суттєвий, зважаючи на можливості отримання істотних знижок і комісійної винагороди, передусім, від постачальників, в результаті реалізації ризикових схем співпраці між компаніями, які мають гарантовано високий об'єм продажів. Ефект масштабу в туризмі пояснюється також і низьким ступенем залежності зростання туристичного бізнесу від зростання споживання непоновлюваних ресурсів. З огляду на те, що основним споживаємим в туристичному виробництві ресурсом є кваліфікована праця (поновлюваний ресурс), а туристичні ресурси споживаються туристами обмежено, більше того їх перелік не є обмеженим — туристичний ресурс можна «зробити» за наявності певного капіталу і оригінальності мислення.

**Безпосереднє управління іноземними підприємствами — постачальниками дозволяє ТНК:**

* **знижувати вартість послуг, які включаються в туристичний пакет,** **за рахунок,** наприклад, отримання підвищеної комісійної винагороди (дуже традиційної для туристичного бізнесу), повернення частини переведених за обслуговування туристів коштів у вигляді дивідендів по акціях, власником яких виступає ТНК;
* **отримувати конкурентні переваги перед іншими туроператорами** за допомогою дискримінаційної цінової політики відносно не-материнських ТНК з різних держав, що дозволяє концентрувати туристичні потоки, монополізувати ринки збуту туристичного продукту окремої дестинації, реструктуризацію усталених переваг туристичних агентів і так далі;
* **знижувати транзакційні витрати** за рахунок активного використання трансфертного ціноутворення і податкового планування;
* **оптимізувати виробничий процес за рахунок універсалізації технологій виробництва,** створення адекватної вимогам ринку організаційної структури ТНК, виключення дублюючих функцій;
* **економити на організації міжнародних фінансових розрахунків,** що можливо завдяки перетворенню міждержавних переказів коштів на перекази валюти між окремими підрозділами однієї транснаціональної компанії.

**Висновок:** Транснаціональні корпорації акумулюють величезні кошти, які потім спрямовують на розробку і впровадження інновації, часто у світовому масштабі. Інноваційні процеси в сучасних умовах нерозривно пов’язані з глобалізаційними процесами, створюючи з ними циклічний процес взаємодії.

**3.3 Інновації в управлінні туристичними підприємствами**

**Функціонування туристичних компаній (ТК) має відповідати наступним вимогам**:

* можливість прогнозування власну поведінку в конкретних виникаючих умовах;
* здатність протистояти руйнуючим зовнішнім і внутрішнім тенденціям;
* змінювати свою структуру і формувати варіанти поведінки;
  + прагнення формувати цілі усередині системи.

**Створення ефективного управління і організаційної структури корпорації** на туристичному ринку повинно враховувати безліч специфічних **умов**, серед яких особливо можна виділити наступні найбільш важливі:

**1. Глобалізація.** Діяльність ТК, як вже було позначено вище, стала наслідком глобальних тенденцій на туристичному ринку. ТК набули рис сучасної еволюційної форми завдяки наданим глобалізацією можливостям ведення діяльності в глобальних масштабах.

**2. Відкритість економічної системи для діяльності ТК.** Міжнародні туристичні корпорації, незважаючи на тиск зовнішнього середовища, повинні завжди залишатися відкритими системами, формувати нові і підтримувати ефективність функціонування існуючих каналів зв'язку з представниками глобального зовнішнього середовища.

**3. Створення доданої вартості і підтримка стандартів якості роботи**. Максимізація економічної ефективності зусиль в тих сферах, де компанія має конкурентні переваги і можливість робити турпродукт максимальної якості з мінімальними витратами. Це вимагає не лише оптимізації розподілу ресурсів компанії, але і перманентного моніторингу зовнішнього середовища, особливо, споживчих переваг на усіх охоплених і перспективних регіональних ринках.

**4. Провідна роль клієнта**. Чим сильніше ТК підтримує свою клієнт-орієнтованість, тим міцніше її ринкові позиції і глобальна конкурентна перевага. Збільшення ринкової присутності, капіталізації або сили торгової марки корпорації не повинні означати її відриву від потреб простих споживачів. Зростання практично будь-якої туристичної компанії у напрямі споживчого ринку також невід'ємна умова її функціонування.

**5. Інтеграція і перехрещення функцій**. При такому підході до управління організаційні структури з пірамідальних повинні перетворюватися на плоскі (матричні) з мінімальним числом рівнів між вищим менеджментом туристичної ТНК і безпосередніми виконавцями.

**6. Гнучкість**. Однією з відмітних властивостей корпорації у сфері туризму має бути постійне пристосування до динамічного зовнішнього середовища за рахунок, передусім, прихильності індивідуумам, переважного використання проектних команд і прагнення до диверсифікації.

Узагальнюючи приведені вимоги і умови, яким повинна відповідати сучасна організаційна структура управління ТК, слід зазначити, що оптимальна структура ТК орієнтована на безперебійне керівництво материнської компанії своїми філіями і відділеннями, і в той же час повинна надавати можливість менеджерам самостійно приймати рішення по задоволенню попиту споживачів з урахуванням специфіки локального ринку і відповідно до законодавства приймаючої країни.

**Інноваційні структури управління** стали розвиватися з початку 1980-х років, коли з одного боку, створення міжнародного ринку товарів і послуг різко загострило конкуренцію серед міжнародних компаній, зажадало від них високої ефективності і якості роботи і швидкої реакції на зміни ринку, а з іншої — стала очевидною нездатність структур ієрархічного типу адекватно відповідати цим умовам.

Для інноваційних (інноваційність = адаптивність) структур характерні відсутність бюрократичної регламентації діяльності органів управління, відсутність детального розподілу праці по видах робіт, розмитість рівнів управління і невелика їх кількість, гнучкість структури управління, децентралізація ухвалення рішень, індивідуальна відповідальність кожного працівника за загальні результати діяльності. **Крім того, адаптивні організаційні структури характеризуються наступними ознаками:**

* + здатністю порівняно легко міняти свою форму, пристосовуватися до умов, що змінюються;
  + орієнтацією на прискорену реалізацію складних проектів, комплексних програм, вирішення складних питань;
  + обмеженою дією в часі, тобто формуванням на тимчасовій підставі на період вирішення проблеми, виконання проекту, програми;
  + створенням тимчасових органів управління.

Найбільшій трансформації піддалися саме середні ланки управління туристичних корпорацій, що цілком пояснюється динамізмом зовнішнього середовища міжнародного туризму, у тому числі і об'єктивною необхідністю орієнтувати роботу структурних підрозділів або зон бізнесу на все вужчий сегмент споживачів, зростанням конкурентної боротьби на туристичному ринку (у тому числі і між брендами, що належать одній корпорації).

**Найбільш розповсюдженими елементами інноваційних структур є команда та проектна група.**

Команда як принципово нова форма колективної діяльності на відміну від групи у рамках трудового колективу вимагає наявності високого мотиваційного фону у співробітників, створення якого за допомогою традиційного для ієрархічних структур набору засобів стимулювання неможливе.

**Команда — це автономний самокеруємий колектив професіоналів, здатний оперативно, ефективно і якісно вирішувати поставлені перед ним завдання.**

Ефект роботи команди досягається за рахунок:

* необмеженої інтенсифікації праці: для членів команди не існує нормованого робочого дня, сама команда нормує свій робочий день залежно від темпів досягнення поставленої мети;
* скорочення втрат робочого часу шляхом досягнення високої міри організації праці усередині команди (взаємозамінність, ініціативність, комунікація, розподіл ролей);
* використання корпоративних форм ухвалення рішень.

У основі ефекту команди лежить висока мотивація, яка здатна перекрити підвищені вимоги до виконавчої дисципліни і переходу на ненормований робочий день, ініціювати особисту ініціативу і самовіддачу усіх членів команди.

Командні взаємодії ґрунтуються на принципах:

* колективного виконання роботи;
* колективній відповідальності;
* єдність форми стимулювання за кінцевий результат;
* усередині команди не може бути закріплених посадових обов'язків, та і самих посад взагалі.

Існують лише командні ролі (наприклад, генератор ідей, реалізатор, статистик, експерт і т. ін.), виконанню яких повинні відповідати особисті і професійні характеристики члена команди. Зважаючи на це команда не вписується в піраміду і ієрархію, вона не здатна бути керованою з позицій адміністративно-командного підходу.

**Проектна група застосовується в компаніях при розробці і здійсненні особливо великомасштабного проекту комплексного характеру, що охоплює з одного боку, рішення вузького кола спеціалізованих технічних, економічних, соціальних та інших питань, з іншої — діяльність різноманітних функціональних і лінійних підрозділів.** До організаційних проектів можна віднести будь-які процеси цілеспрямованих змін в системі, наприклад, реконструкцію закордонного виробництва, розробку і освоєння нових туристичних дестинацій, будівництво готельних об'єктів і так далі.

Сенс проектного менеджменту полягає в тому, щоб зібрати команду найкваліфікованіших співробітників різних професій для здійснення складного проекту у встановлені терміни із заданим рівнем якості у рамках виділених для цієї мети матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Після завершення роботи проектна група розпадається, а персонал переходить в нову проектну структуру або повертається на постійну роботу.

Інноваційні організаційні структури повинні відмовитися від надмірної бюрократизації та ієрархічності, стати «плоскішими», надавати можливості для повного розкриття потенціалу працівників-фахівців, для прояву ініціативи і нетрадиційного підходу. Проте повна відмова від регламентації взаємовідносин усередині корпорації або її структурного підрозділу навряд чи можлива, це приведе до утворення на осколках корпорації автономних і нічим не пов'язаних команд або проектних груп, координацію дій яких буде практично нікому здійснювати.

Отже, інноваційна модель організаційної структури сучасної туристичної корпорації повинна одночасно поєднувати в собі максимальну турботу як про процес виробництва, так і про власних працівників, сприяючу створенню комфортних для їх ініціативної, відповідальної роботи.

**Лекція 4**

**Державне регулювання інноваційної діяльності**

**4.1 Національна інноваційна система**

**Підтримка і стимулювання інноваційних процесів**

**4.2 Зміст державної інноваційно-інвестиційної політики**

**в галузі туризму**

**4.3 Напрями регіональної інноваційно-інвестиційної діяльності**

**4.1. Національна інноваційна система**

**Підтримка і стимулювання інноваційних процесів**

Багато країн використовують інноваційну діяльність як головний чинник економічного зростання. Порівняно недавно з'явилася концепція **національних інноваційних систем (НІС). Це взаємодія державних, приватних, громадських організацій, у рамках якої здійснюється діяльність по створенню, розвитку, збереженню, поширенню нових знань і перетворенню їх в технології, продукти і послуги.**

B НІС входять науково-виробничі структури: університети, державні наукові установи, лабораторії, технопарки, інкубатори, а також дрібні і великі виробничі і дослідницькі компанії.

Наука є стратегічним ресурсом держави та інструментом інновацій. У найбільш простій моделі взаємодії елементів НІС роль держави полягає в сприянні виробництву фундаментальних знань і комплексу технологій стратегічного характеру, а також в створенні інфраструктури і сприятливого інституціонального клімату для інноваційної діяльності приватних компаній.

Роль приватного сектора полягає не лише у використанні фундаментальних знань і створенні технологій на основі власних досліджень і розробок, але і в ринковому освоєнні інновацій, їх комерціалізації.

Таким чином, в НІС поєднуються дослідницьке середовище, підприємницьке середовище і механізм їх повномасштабної взаємодії.

Дослідницьке середовище має високу кваліфікацію, творчий дух, стимули до співпраці з підприємницьким середовищем.

Підприємницьке середовище стимулює інновації, стратегічне мислення, прагнення до навчання, адсорбції і застосування знань.

Механізм взаємодії дослідницького і підприємницького середовищ забезпечує, з одного боку, передачу знань, їх розподіл і трансформацію в технології, а з іншого боку, орієнтацію на задоволення виникаючих інноваційних потреб розвитку виробництва. Схема НІС представлена на рисунку 4.1.



Рисунок 4.1 - Схема національної інноваційної системи

Розвиток національного інноваційного механізму - масштабне і складне завдання, вирішити яке неможливо без добре продуманих і погоджених ефективних дій з боку держави, економічної і наукової спільноти.

Пріоритет державної політики відносно розвитку НІС вивів багато країн в число лідерів по ряду принципово важливих сьогодні напрямів.

Для порівняння розвитку інноваційних систем і координації зусиль країн по єдиному підходу до стандартизації статистики науки і інновацій у рамках Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) була розроблена серія методологічного керівництва, так звана «Сім'я Фраскаті», у тому числі «Керівництво Осло» (1992), що стало головним міжнародним стандартом в цій галузі.

**Державна підтримка і стимулювання інноваційних процесів.** Розвиток науки в першій половині XX ст. характеризувався посиленням регулюючих функцій держави шляхом створення відомчих наукових інститутів і лабораторій, збільшенням долі бюджетного фінансування. Різко зросла міра одержавлення науки в період Другої світової війни і післявоєнні роки. Міжнародні відносини визначалися «гонкою озброєнь», в основі якої лежали новітні науково-технічні розробки. Успіхи у впровадженні технологій подвійного призначення забезпечували високу конкурентоспроможність, кращі можливості для експортної експансії і отримання більш високих прибутків.

Нині індустріально **розвинені країни направляють зусилля на забезпечення довгострокового і стійкого економічного зростання шляхом переходу на інноваційний шлях розвитку**, який полягає в забезпеченні взаємодії науки, освіти, виробництва і фінансово-кредитної сфери. Особлива увага приділяється інформаційним технологіям, мікропроцесорній і енергозбережній техніці, новим матеріалам, нано- і біотехнології - усім стратегічним напрямам, які пов'язані з використанням високих технологій.

Розвинені країни почали використати науку як засіб виробництва багатств. Сфера інноваційної політики охопила:

* структурні стосунки в системі «Наука – виробництво»;
* форми і способи включення науково-технічних результатів в господарський оборот;
* ресурсне забезпечення сфери нововведень (включаючи систему безперервної освіти);
* організаційно-правові і економічні форми інноваційної діяльності.

У зв'язку з тим, що створення і впровадження нововведень вимагають об'єднаних зусиль різних економічних і соціальних сфер, **інноваційний шлях розвитку неможливий без здійснення державної підтримки. Для цього використовуються три схеми.**

**1. Пряма участь держави** в реалізації спеціальних цільових програм і асигнуваннях регіональних, місцевих органів влади; створення великих національних центрів (лабораторій), що знаходяться на бюджетному фінансуванні і безкоштовно надають отримані знання широкому колу потенційних користувачів.

**2. Надання субсидій і грантів** для здійснення конкретних проектів в галузі науки, культури, освіти. Грант є підтримкою або стимулюванням державою наукових досліджень і розробок фінансами, власністю або послугами. Особливо часто грант використовується у тому випадку, якщо результати робіт невизначені або не можуть в найближчому майбутньому принести корисного результату.

Для придбання результатів досліджень і розробок, які можуть принести державі безпосередню вигоду, використовується державний контракт. Він надає право представникові держави контролювати і коригувати хід виконання розробок.

Державні субсидії надаються і на інших умовах. У деяких країнах вони виділяються за умови відшкодування витрат держави тільки у разі досягнення комерційного успіху або складають до 50 % вартості конкретних проектів. Безвідплатні субсидії бувають при відмові автора від особливих прав на отримане знання - він регулярно звітує про хід досліджень, а усі отримані результати відкрито публікуються.

**3. Забезпечення приватним підприємствам і особам сприятливих умов для науково-технологічних розробок.** Приватному бізнесу, що вкладає кошти в наукові дослідження і придбання необхідного для цього устаткування, надаються різноманітні податкові пільги, державні кредити і гарантії, а також фінансування через участь держави в акціонерному капіталі.

У ряді випадків застосовується кооперативна угода, яка не вимагає, як і грант, заздалегідь жорстко заданого і миттєво корисного результату. Від гранту ця угода відрізняється тим, що це - форма спільного інвестування, а потім розділу отриманого результату між приватним і державним секторами. Угодою чітко визначаються вклади учасників угоди і права, у тому числі і право контролю з боку держави. Держава повинна зосередити свої зусилля і наявні вільні ресурси на розвитку перспективних для усієї національної економіки наукомістких галузей, тобто таких галузей, які активно впливають і сприяють розвитку інших секторів економіки.

У кожній країні регулювання інноваційної діяльності здійснюється по-своєму, з урахуванням можливостей розвитку економіки, природних і інтелектуальних ресурсів.

**За характером проведення інноваційної політики держави можна підрозділити на наступні категорії:**

- країни, орієнтовані на поширення нововведень, в яких основна увага приділяється освіті, стандартизації продукції і спільним програмам держави і приватного сектора;

- країни, прагнучі за допомогою великомасштабних програм досягти світового лідерства в певних областях;

- країни, що здійснюють на основі державної інноваційної стратегії і розвиненої інфраструктури безперервну структурно-технологічну модернізацію.

**4.2 Зміст державної інноваційно-інвестиційної**

**політики в галузі туризму**

Визнання туризму високорентабельною галуззю, яка суттєво впливає на соціально-економічний розвиток країни, вимагає особливих підходів у державному управлінні. **Важливою складовою механізму регулювання туристичної галузі є державна інноваційно-інвестиційна політика, яка включає комплекс заходів із метою залучення фінансових ресурсів та новітніх технологій у розвиток туристичної інфраструктури. Важливим у цьому контексті є:**

* **визначення суті та мети** державної інноваційно-інвестиційної політики в галузі туризму;
* **аналіз нормативно-правових документів,** які регулюють інноваційно- інвестиційну діяльність у туристичній галузі України;
* виділення основних **інструментів та форм** державної інноваційно-інвестиційної політики.

Туризм вважається однією з найбільш ризикованих галузей. Як свідчать експертні оцінки, за рівнем ризику інвестиції в туризмі займають 9 місце серед інших галузей національної економіки України. Проте високий ступінь ризику передбачає можливість одержання високих прибутків. Фахівці виділяють так званий ефект каталізатора: якщо інвестиційний проект у визначеному регіоні стає успішним, то це одразу ж приваблює фінансові надходження в інші проекти на певній території.

**Суть** державної інноваційно-інвестиційної політики визначається сукупністю інструментів, стратегій, заходів, які дають змогу створити сприятливі умови для залучення іноземних та внутрішніх інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури та впровадження новітніх технологій у процес надання туристичних послуг із метою підвищення їх якості.

**Основною метою** державної інноваційно-інвестиційної політики є створення сприятливих умов для реалізації проектів, які б допомогли зростанню конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту та ефективної реалізації туристично-рекреаційного потенціалу країни.

Створення **сприятливих умов** для інноваційно-інвестиційної діяльності у галузі передбачає формування конкурентного середовища через:

* ліквідацію неконкурентоспроможних підприємств-банкрутів;
* раціональну антимонопольну політику, що спрямована на підтримку здорової конкуренції та уникнення штучної підтримки окремих виробників;
* підтримку та стимулювання роботи туристичних підприємств, що розробляють інноваційні продукти, використовують інноваційні технології та створюють власні бренди.

Туристичне підприємство, яке відповідає сучасним вимогам конкурентоспроможності, повинне володіти кваліфікованим персоналом як головним елементом активів фірми, характеризуватись переважанням у структурі активів нематеріальних складових, зокрема патентів та ноу-хау. Таке поєднання спроможне забезпечити виготовлення високотехнологічного інноваційного туристичного продукту, здатного конкурувати на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

**Нормативно-правова база.** Державна інноваційно-інвестиційна політика вимагає комплексних та ефективних рішень для подолання існуючих труднощів та пришвидшення процесу створення сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату. Таку необхідність регламентовано у багатьох нормативно-правових актах, що регулюють туристичну галузь.

У Законі України "Про туризм" зазначено, що заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної індустрії є одним із основних напрямків державної політики в галузі туризму.

Відповідно до Указу Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і фортів в Україні» першочерговими заходами для залучення інвестицій у туристичну галузь України визначено: створення сприятливих умов для розвитку інвестування сфери туризму і діяльності курортів; запровадження механізмів стимулювання для будівництва нових та реконструкції наявних об'єктів туристичної та курортної інфраструктури; створення інформаційної бази даних інвестиційно-привабливих об'єктів для розвитку туристичної сфери та діяльності курортів у регіонах.

**Державна програма розвитку туризму передбачає** аналогічні заходи, а також розроблення і виконання проекту інвестиційної програми розбудови інфраструктури туризму в туристично-рекреаційних зонах за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів. Одним із напрямків розвитку туризму визначено провадження ефективної інноваційної діяльності та створення наукової бази туризму, а першочерговим заходом передбачено розроблення методики відбору кращих інноваційних проектів у туристичній галузі та проведення щорічного конкурсу з метою надання їм державної підтримки.

**Принципи державної інноваційно-інвестиційної політики:**

* комплексність,
* системність,
* систематичність,
* оперативність,
* врахування соціально-економічних інтересів держави.

**Реалізація такої політики здійснюється через відповідний механізм, який є сукупністю практичних заходів, інструментів, форм, які реалізують суб'єкти стосовно об'єктів туристичної інфраструктури (рис. 4.2).**

Інструменти державної інноваційно-інвестиційної політики в галузі туризму охоплюють широке коло заходів, які впливають на формування інноваційно-інвестиційного клімату в країні. Це податкова, фінансова, грошово-кредитна, зовнішньоекономічна політика тощо. Розглянемо лише ті **інструменти**, які безпосередньо стосуються інноваційно-інвестиційної діяльності в галузі туризму та прямо залежать від держави:

* **нормативно-правові**: законодавча база, що чітко регламентує права і обов'язки суб'єктів інноваційно-інвестиційної діяльності, стандарти, норми, антимонопольні заходи, визначення умов користування природними ресурсами (землею, водою тощо);
* **фінансові**: податки, державні позики, дотації, пільгові кредити, субсидії, субвенції, державні корпоративні права, зокрема 100%-ві державні інвестиції;
* **освітні**: підготовка кваліфікованих кадрів туристичної галузі, які володіють відповідними навиками, необхідними для діяльності в інформаційно-інноваційному середовищі;
* **науково-технічні**: проведення науково-дослідних, конструкторських робіт безпосередньо або через повне чи часткове фінансування;
* **структурні**: приватизація, роздержавлення, міжгалузеве і транскордонне співробітництво;
* **аналітичні**: проведення державної експертизи інвестиційних та інноваційних програм і проектів, контроль за дотриманням норм інноваційно-інвестиційної діяльності;
* **інформаційні**: формування інформаційної бази інвестиційних проектів, зокрема щодо розміщення на спеціалізованому Інтернет-порталі, розроблення та видання друкованої промоційної літератури, організація та участь у виставках, інвестиційних форумах тощо.

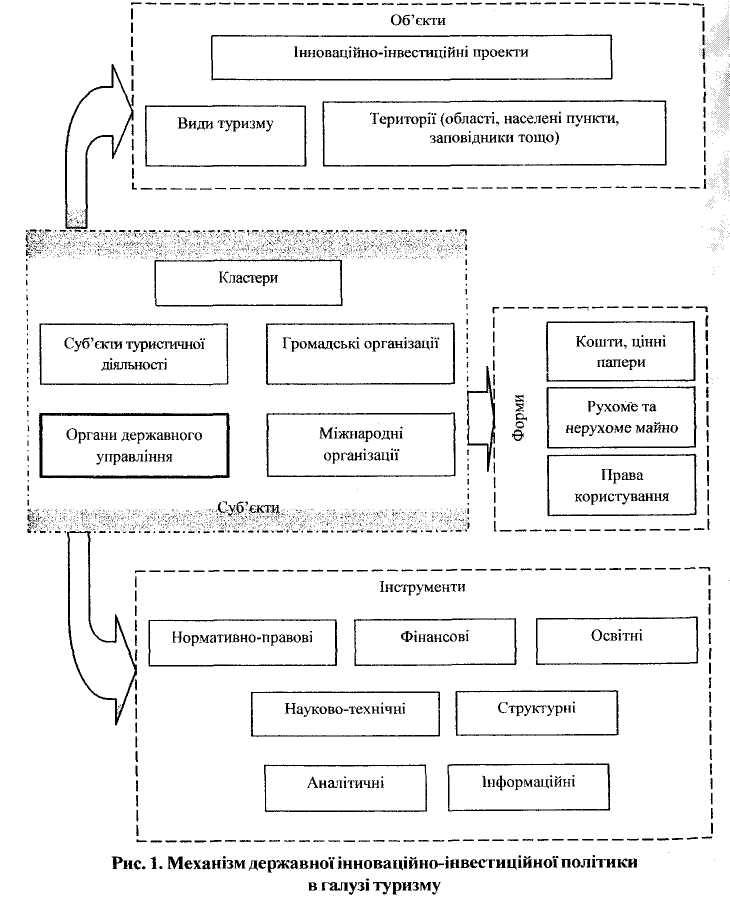


Рисунок 4.2 – Механізм державної інноваційно-інвестиційної політики

В інноваційно-інвестиційній діяльності у галузі туризму державі доцільно використовувати такі **форми інвестицій, як: кошти, акції, інші цінні папери, рухоме та нерухоме майно (споруди, устаткування, інші матеріальні цінності), права користування (землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, інші майнові права).**

При реалізації інструментарію державної інноваційно-інвестиційної політики дуже важлива тісна співпраця органів державної влади з приватним сектором для створення сприятливих умов інноваційно-інвестиційної діяльності. Важливість такої співпраці підтверджує зарубіжний досвід. Яскравим прикладом співпраці між державою та приватними інвесторами є Діснейленд в околицях Парижа, адже свого часу французький уряд надав субсидію, що стимулювала капіталовкладення у проект.

При здійсненні фінансових капіталовкладень держави у туристичну галузь часто створюються холдингові компанії. Так, у Великобританії успішно функціонує холдингова компанія "Тюссо груп", що є власником музею воскових фігур, атракціонів "Світ пригод", Олтонської вежі, парку "Торп", Уориксьюго замку. В Україні такі холдингові компанії важливо створювати відносно визначних історико-архітектурних об'єктів, зокрема замків, фортець, що вимагають жорсткого контролю за безпекою їх експлуатації та дотриманням норм туристичних навантажень.

Одним із видів співпраці державного і приватного секторів, інших суб'єктів, що здійснюють діяльність у туристичній галузі, є **кластери.** Ефективність кластерної моделі досягається завдяки інноваційності, розвитку взаємодопомоги, поєднання кооперації з конкуренцією та поширення взаємообміну інформацією, знаннями ноу-хау та патентами. **Кластери - це своєрідні комплекси підприємств, дослідницьких центрів, наукових установ, органів державного управління, профспілок, громадських організацій тощо, пов'язаних технологічним ланцюжком, які доповнюють один одного**. Кластери є альтернативою галузевому підходу, властивому представникам традиційної схеми розвитку і характеризують сформовану глобальну економіку як мережеву систему. Високу конкурентоспроможність і стабільне зростання виробництва в мережевих структурах визначають фактори, що стимулюють поширення нових технологій та реалізацію інвестиційних проектів. Територіальні інноваційно-інвестиційні кластери мають у своїй основі стабільну систему поширення нових знань, технологій, продукції, фінансових ресурсів, тобто інноваційно-інвестиційну технологічну мережу. Вони формують і використовують спільну наукову та фінансову бази. Підприємства кластера одержують додаткові конкурентні переваги завдяки можливості здійснювати внутрішню спеціалізацію і стандартизацію, скорочувати вартість трансакції, мінімізувати витрати на впровадження інновацій, пришвидшення терміну окупності інвестиційних проектів. Специфікою кластерних структур є широка участь у них гнучких підприємницьких структур малого і середнього туристичного бізнесу, що активно сприяють формуванню інноваційно-інвестиційних "точок зростання".

**4.3 Напрями регіональної інноваційно-інвестиційної діяльності**

**До найважливіших напрямів державної регіональної кластерної політики, які можуть бути реалізовані, належать:**

* виявлення й моніторинг ситуації формування кластерів на територіальному рівні, зокрема створення оптимальної структури кластера, територіальної локалізації його окремих ланок, співіснування аналітичних досліджень перспектив розвитку кластера, його конкурентності на зовнішніх ринках, оцінка впливу кластера на соціальну сферу;
* формування комунікаційних баз для потенційних учасників територіальних кластерів, зокрема внаслідок їх інтеграції у процесі розробки й обговорення стратегій і регіонального розвитку, сприяння обміну досвідом між регіонами з формування кластерної політики;
* сприяння консолідації учасників кластера (зокрема через асоціативні форми);
* реалізація програм сприяння виходу підприємств кластера на зовнішні ринки, проведення спільних маркетингових досліджень і рекламних заходів, реалізація освітньої політики, погодженої з основними представниками майбутнього кластера, забезпечення можливостей комунікації й кооперації підприємств та освітніх установ;
* розвиток інстититуціонального середовища й інформаційно-комунікаційної інфраструктури для розвитку територіальних туристичних кластерів.

Формування кластерів має здійснюватись на основі об'єктивних конкурентних переваг регіону з урахуванням можливих змін у перспективі. Кластер як елемент стратегії розвитку регіону повинен враховувати й не суперечити загальній стратегічній лінії розвитку території.

Регіональні програми соціально-економічного розвитку також мають відзначати, що на сьогодні важливим для регіону засобом у розвитку інноваційно-інвестиційної інфраструктури у туристичній галузі є сприяння у формуванні та функціонуванні кластерних систем, тобто центрів, територіально-виробничих об'єднань підприємницьких структур, які інтегрують свої зусилля з науково-дослідними установами та органами влади для вирішення спільних проблем.

**Кластерна стратегія надає регіону значні переваги та можливості.** Очевидною перевагою є можливість для бізнесу, влади та навчально-освітніх закладів спільно працювати над зміцненням регіональної економіки та ефективної реалізації туристично-рекреаційного потенціалу. Окремі приклади позитивного досвіду створення та функціонування кластерів у туристичній сфері можна спостерігати на сьогодні в регіонах України. Так, у Миколаївській області діють туристичні кластери у містах Вознесенськ та Южиоукраїнськ, у Херсонській області діє транспортно-туристичний кластер "Південні ворота України", у Хмельницькій області започатковано створення кластерних об'єднань підприємств із "зеленого туризму", запроваджується кластерна модель господарювання в туристичній галузі Закарпатської області. В Автономній Республіці Крим створено та ведеться інформаційна база даних суб'єктів підприємницької діяльності, зацікавлених у розвитку кооперативних зв'язків між підприємствами малого, середнього та великого бізнесу та проведено дослідження щодо формування кластерних систем.

Органи державної влади, окрім співпраці з приватним сектором, повинні активно працювати над можливостями залучення фінансових ресурсів міжнародних організацій, що фінансують інноваційно-інвестиційні проекти. Такими організаціями є Європейський інвестиційний банк, Європейський фонд регіонального розвитку (зокрема в рамках програми "Допомога регіонам"), Міжнародна асоціація розвитку (група Світового банку) та інші.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби особливої ваги у державній інноваційно-інвестиційній політиці набувають інформаційні інструменти, за допомогою яких можна здійснювати промоцію туристичного потенціалу країни та її регіонів за допомогою презентаційного матеріалу у формі буклетів, брошур, проспектів, інформаційних бюлетнів, електронних презентацій тощо, які формують позитивний імідж в уяві потенційного інвестора. Такі матеріали регіон може демонструвати на виставках, симпозіумах, наукових заходах.

Цінність таких проектів полягає у можливості розвитку депресивних територій, ефективного використання наявного потенціалу, а також збереження української автентичності.

Така оцінка може суттєво вплинути на рішення інвесторів щодо капіталовкладень у розбудову туристичної інфраструктури визначених територій, адже розкриває величезний туристичний потенціал Поліського регіону України.

**Із метою поступового нарощування обсягів інвестиційних капіталовкладень та введення інновацій у туристичну галузь важливо виділити пріоритетні напрямки розвитку галузі щодо видів туризму, територій та конкретних проектів.** Так, на нашу думку, пріоритетними видами туризму в Україні є: транзитний туризм, що дасть змогу використовувати переваги географічного розташування країни та окремих її регіонів; спортивно-оздоровчий туризм, релігійний туризм, враховуючи історико-культурний потенціал; гірський туризм, враховуючи природно-рекреаційний потенціал.

Отже, нагальна потреба туристичної галузі в інвестиціях та інноваціях вимагає продуманої державної стратегії, яка повинна спрямовуватись на створення сприятливого клімату через прозорий механізм за допомогою комплексного використання інструментів державної інноваційно-інвестиційної політики. Особливих підходів вимагає інноваційно-інвестиційна політика на рівні регіонів, зокрема щодо визначення пріоритетних об'єктів інвестування та інновацій, розподілу земельних ділянок під будівництво об'єктів туристичної інфраструктури на основі тендерів; зменшення податкового навантаження, активної співпраці органів місцевої державної влади з приватним сектором та міжнародними організаціями, чіткого відстеження ефективності капіталовкладень, особливо за участю державного капіталу. Ефективна інноваційно-інвестиційна політика держави сприятиме подоланню диспропорцій регіонального економічного розвитку, оптимальному використанню туристично-рекреаційного потенціалу країни та окремих її регіонів.

**Лекція 5**

**Інформаційні інноваційні технології в процесах**

**туристичного обслуговування**

**5.1 Автоматизація і віртуалізація як характеристики туристичних корпорацій нового покоління**

**5.2 Формування ІТ-стратегії туристичних підприємств**

**5.3 Оцінка рівня автоматизації туристичного підприємства**

**5.1 Автоматизація і віртуалізація як характеристики**

**туристичних корпорацій нового покоління**

Прогрес інформаційних технологій найсильніше вплинув на трансформацію організаційної структури і виробничий процес в туристичному бізнесі. Туристична діяльність по ряду своїх специфічних особливостей одна з перших адаптувала досягнення у сфері телекомунікацій і автоматизованих систем обробки інформації до своїх потреб.

Автоматизація дозволила туристичним корпораціям стрімко збільшити ефективність своєї діяльності за рахунок:

* спрощення і здешевлення зв'язку, якій життєво необхідний для туристичної діяльності;
* забезпечення максимальної присутності корпорації на споживчих ринках (автоматизовані і Інтернет-системи дозволили корпораціям максимально наблизитися до своїх клієнтів, гарантувати доступ клієнтів до своїх інформаційних баз практично у будь-який час);
* зростання швидкості і ефективності обробки інформації, об'єм якої в туристичному виробництві колосальний;
* уникнути дії часових поясів і відмінностей в тривалості робочих і вихідних днів в окремих країнах, задіяних в туристичному процесі.

З іншого боку, автоматизація забезпечує корпоративну єдність, поширюючи загальні для туристичних компаній стандарти (наприклад, єдині форми звітності, стандарти роботи з клієнтами або постачальниками), а також створюючи унікальні можливості для контролю з боку правління корпорації за діяльністю її філій. Таким чином, туристичний бізнес, миттєво адаптувавши під свої потреби досягнення технологічного прогресу, набув дещо інших рис, що викликало певні трансформації в корпоративному устрої і управлінні, породивши принципово новий вид туристичних транснаціональних компаній, п'яте їх покоління.

Так, **компанії, існуючі тільки у фізичному просторі**, мають значні фізичні засоби — вони розташовані в одному географічному місці і їх комунікації зведені до мінімуму. Подібні організації схильні до створення величезної пірамідальної ієрархії — вона описана на початку минулого століття германським соціологом Максом Вебером в класичній праці, присвяченій бюрократії. До переваг таких форм корпорацій можна віднести продуктивність і ефективність, які здатні забезпечувати масштабність виробництва завдяки інтернаціоналізації операцій, а також легкість координації і контролю. Віддані накази і розпорядження начальства виконуються швидко і в точності, менеджери та інші співробітники організацій, замкнуті на своєму фізичному просторі, почувають себе захищеними, а своє положення — стабільним.

**Проте причини слабкості подібних організацій —** полягають у сильній бюрократизованості, високих накладних витратах і в довірі до функціональності і розділення, які можуть задушити ініціативу і здатність до творчості.

**Організації, існуючі у віртуальному просторі, навпаки, характеризуються невеликими фізичними засобами і часто розосереджені**. Їх сила полягає в здатності до творчості і гнучкості, які виходять з мережевого стилю організації. Менеджмент усе більш тяжіє до горизонтальної манери керівництва (центр-периферія), а не до вертикальної (верх — низ). Відсутність зовнішніх меж компанії означає, що вона може здобути популярність досить швидко, тоді як винесення зовні багатьох функцій дозволяє у більшому ступені сконцентруватися на основному бізнесі.

Проте відсутність фізичної структури і географічне розосередження породжує проблеми. Одна з них — мотивація. Гнучкість віртуальної організації багатьма працівниками може сприйматися як нестабільність і незахищеність (до недавнього часу віртуальні організації взагалі не визнавалися серйозним об'єктом, наприклад, для інвестування). Крім того, існують проблеми підзвітності і контролю, оскільки набагато складніше стежити за людьми, працюючими віддалено. Ці проблеми до деякої міри вдається вирішити, застосовуючи для контролю технологічні прийоми, але в даному випадку і це небезпечно: занадто суворий контроль може позбавити віртуальні організації тієї гнучкості, заради якої вони створювались, а також подавити ініціативу співробітників.

Наскільки важливо забезпечити відповідність між простором технології і уяви, настільки ж важливо погоджувати простір технології і культури. У багатьох випадках це найбільш важкий і проблематичний аспект віртуальної організації: як створити простір уяви, в якому люди «заселяють» один і той же інтелектуальний простір і здатні до ефективної роботи в команді. Щоб **побудувати успішний віртуальний простір, необхідно, щоб кожен співробітник корпорації відповідав трьом характеристикам:**

* співробітники мають бути здатні уявляти собі організацію як зсередини, так і зовні, усвідомлювати власну роль і взаємозв'язки з іншими людьми як усередині, так і зовні організації;
* співробітники як індивідуально, так і в команді, повинні уміти управляти технологіями того рівня, який задовольняє організацію, і використати їх, щоб підтримувати взаємозв’язки і управляти власними знаннями;
* члени колективу повинні розділяти багато цінностей і порядок діяльності, щоб спільна робота була максимально гармонійна і щоб однакові уявлення про знання, організацію і культуру переважали у компанії.

Якщо хоч би одна з цих сфер не охоплена, віртуальний простір корпорації починає руйнуватися. Слабкий простір культури означає, що в організації існують різні уявлення про проголошені компанією цілі, що знову веде до порушення роботи мереж, а також до виникнення внутрішніх блоків і ворожнечі різних угрупувань, які прагнуть до реалізації власних культурних цінностей.

Віртуальний простір в туристичних корпораціях нового покоління формується і експлуатується за допомогою технологій. Сама технологія не синонім віртуального простору, більше того, вона не є основним чинником його створення. Головним **чинником, що утворює віртуальний простір, залишається людина** зі своїм набором знань, досвіду і умінь. Технологія **є необхідним компонентом віртуальної організації,** її важливість збільшується із зростанням децентралізації корпорації, розосередженням її працівників або центрів капитала у фізичному просторі.

У віртуалізації туристичної діяльності особлива роль належить **комунікативним технологіям,** які в наші дні формують основу для роботи компанії у віртуальному світі (Інтернет, інтранет і сучасніші технології широкополосного зв'язку). З комунікативних зв'язків формується «павутина», мережа, яка зв'язує різноманітні вузли організації і дозволяє, по-перше, підтримувати контакти, координувати і контролювати роботу з головного офісу, і, по-друге, дає можливість віддаленим співробітникам працювати і додавати цінність до послуг і продуктів компанії.

**Технології зберігання інформації,** наприклад бази або архіви даних, є іншою істотною рисою туристичних організацій. Зберігання даних — важливий аспект туристичної діяльності. Сховища даних полегшують зберігання придбаних або створених інформації і знань, а разом з ними і потенціал для подальшої туристичної діяльності.

**Технології моніторингу і сканування** призначені для дослідження середовища, в якому функціонує організація, з метою збору і оцінки інформації. Іноді це робиться заради безпеки компанії (камери стеження), до цього класу відносяться технології збору даних, такі, як електронні точки продажі, які збирають відомості про об'єми продажів, середніх витратах одного клієнта та ін. Крім того, ці технології грають ключову роль у зборі інформації компанії про саму себе, дозволяючи досліджувати власні дії і дізнаватися про свої помилки і успіхи, не проводячи спеціального аналізу.

**Аналітичні технології** призначені для аналізу наборів даних і надання інформації в каталогізованому виді. Вони є сполучною ланкою між необробленими даними і реальною інформацією.

**Технології моделювання** є складним програмним забезпеченням, яке дозволяє менеджерам створювати моделі систем для їх дослідження і аналізу, а також їх модифікаціями — для вивчення альтернативних результатів рішення. Технології моделювання в туризмі можна використати для найрізноманітніших цілей, але основне їх призначення — допомогти менеджерам моделювати різноманітні сценарії бізнес-середовища і ринків.

Доставка послуг клієнтам за допомогою технологічних каналів виконується набагато швидше, ніж старим способом агентських продажів, що стало можливим завдяки розвитку **технологій електронної комерції.** Найбільш популярними сферами застосування технологій доставки послуг в туристичній галузі є поширення глобальних систем бронювання готельних підприємств, авіаквитків або трансферів.

Ці технології представлені в туристичній індустрії в усьому різноманітті — від спеціалізованих програмних продуктів управління окремою туристською фірмою до застосування глобальних комп'ютерних систем. Разом зі збутовою функцією інформаційні технології надають найрізноманітнішу інформацію і рекламу про фірму і її послуги для клієнтів і партнерів.

**5.2 Формування ІТ-стратегії туристичних підприємств**

В умовах розвитку новітніх інформаційних технологій та посилення їх впливу на бізнес-процеси підприємств туристичної індустрії важливу роль відіграє довгострокове планування розвитку інформаційних технологій. ІТ виконують не тільки допоміжну роль для основних бізнес-процесів, але і суттєво впливають на них, сприяючи реалізації конкурентних переваг підприємства на ринку туристичних послуг.

**Очевидним є той факт, що ІТ-стратегія підприємств повинна бути невід'ємною складовою стратегії розвитку інформаційного суспільства**. Відсутність регіональних програм стратегічного розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері не дає можливості погодити довгострокові дії у сфері ІТ-стратегії підприємств із стратегічними напрямами розвитку ІТ держави. Питанням формування ІТ-стратегії в Україні науковці та практики почали приділяти увагу лише на початку XXI ст., на відміну від американських і європейських фахівців, які працюють у цьому напрямі понад п'ятнадцять років, а тому в їхніх країнах уже сформувалась стабільна сфера консалтингових послуг.

Враховуючи проблеми, які можуть виникнути через відсутність чіткого розуміння сутності ІТ-стратегії, її визначено в більш широкому аспекті. **ІТ-стратегія – це:**

* план розвитку інформаційних технологій (ІТ інфраструктури), які підтримують бізнес, взаємодію людей у компанії (ІТ персоналу і користувачів);
* процеси, що відбуваються на стику інформаційних технологій і людей;
* це частина загальної стратегії розвитку компанії, в якій вказано, яким чином на основі ІТ- технологій можна покращити бізнес-процеси компанії й отримати на цій основі додатковий прибуток.

Дослідивши існуючі варіанти визначення сутності цього поняття, на нашу думку, **формування ІТ-стратегії - діяльність, яка орієнтована на визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства у сфері інформаційних технологій, реалізацію дій і розподілу ресурсів, необхідних для забезпечення конкурентних переваг підприємства за допомогою ІТ та досягнення поставлених цілей.**При цьому, основою для формування ІТ-стратегії повинна бути бізнес-стратегія підприємства.

Розроблення ІТ-стратегії і практична реалізація вказаних у ній рекомендацій дозволить правильно планувати розвиток інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери та ефективно здійснювати бізнес-процеси.

**Однак на практиці існує ряд проблем**, які перешкоджають або знижують ефективність формування ІТ-стратегії. Основними причинами цього на підприємствах туристичної індустрії, за нашими спостереженнями, є:

* відсутність планування можливих змін у сфері інформаційних технологій, що приводить до непередбачуваних витрат;
* неузгодженість розширення діяльності (бізнесу) з ІТ-стратегією підприємства;
* відсутність зацікавленості керівників підприємств у проведенні ІТ-аудиту як одного з етапів формування ІТ-стратегії;
* невизначеність ролі інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної індустрії, а саме: ІТ - підтримка бізнес-процесів; ІТ — інструмент створення додаткового прибутку;
* невідповідність функціональних можливостей програмного забезпечення конкретним завданням підприємства;
* неузгодженість роботи ІТ-служб із фінансовими службами;
* неможливість створення ІТ-служб на туристичних підприємствах, які б цілеспрямовано займалися розробленням стратегії інформаційних технологій;
* відсутність професійної підготовки у сфері менеджменту ІТ-спеціалістів. Як правило, цю посаду обіймають інженери, які не знають основ стратегічного планування;
* недостатній розвиток ринку ІТ-послуг, особливо в регіонах.

**Підприємства туристичної індустрії щодо застосування інформаційних технологій мають дотримуватись поступової реалізації зазначених на рис. 5.1 етапів.**

**Оскільки ІТ-стратегія, зрештою, являє собою документ,** спеціалісти по-різному визначають основні його складові частини. Так, можна виділяти чотири основні складові: формулювання стратегічних завдань ІТ на основі з бізнес-цілей підприємства; визначення функцій підрозділу ІТ; опис загальних підходів до реалізації стратегічних завдань; визначення основних критеріїв оціню­вання успішного впровадження конкретних інформаційних продуктів у діяльність підприємства.

Деякі фахівці доповнюють вищевикладене такою складовою, як визначення відповідальних осіб за реалізацію ІТ-стратегії на кожному етапі.

Враховуючи різну роль інформаційних технологій у діяльності суб'єктів господарювання у сфері туризму (підтримка бізнес-процесів; інструмент створення додаткового прибутку), представлена на рисунку поетапність пов'язана, у першу чергу, з підтримкою бізнес-процесів. Більшість туристичних підприємств визначають стратегічні напрями розвитку та застосування інформаційних техно­логій саме з метою забезпечення ефективного здійснення бізнес-процесів. **Однак, на практиці зустрічаються і випадки застосування інформаційних технологій як дієвого інструменту створення додаткового прибутку**.

**У зв'язку з цим з'явився термін «інформаційна прибутковість», який означає здатність підприємства оптимально і систематично використовувати інформацію для досягнення стратегічних цілей**, тобто це спосіб поєднання інформаційних навиків підприємства з тими перевагами, які дають електронні форми обміну. Для забезпечення інформаційної прибутковості туристичне підприємство повинно мати продуману інформаційну політику, узгоджену з корпоративною культурою, чітко визначені інформаційні пріоритети та висококваліфікований персонал, який здатний реалізовувати поставлені перед ним завдання у сфері інформаційних технологій. Для цього, наприклад, підприємство організовує ІТ-підрозділ, однією із функцій якого є розроблення спеціалізованих програмних продуктів, автоматизованої системи управління не тільки власного підприємства, а й виконання таких робіт на замовлення інших підприємств туристичної сфери.

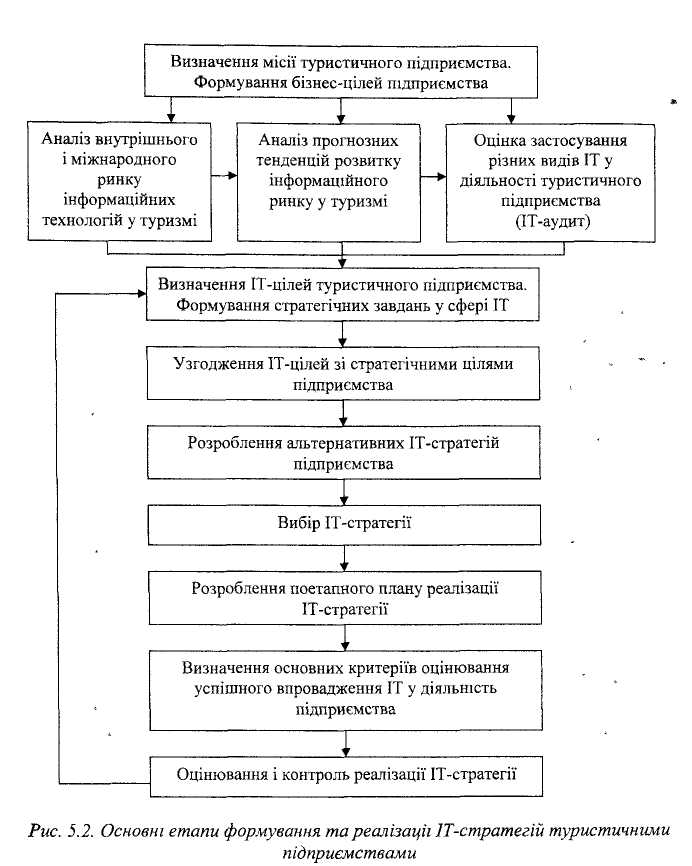


Рисунок 5.1 – Основні етапи формування та реалізації

ІТ-стратегій туристичними підприємствами

На підприємстві ІТ-стратегії повинен розробляти керівник служби інформаційних технологій (або технічний директор підприємства, або ІТ-спеціаліст), який належить до вищого керівного складу підприємства, оскільки її формування пов'язано із загальною стратегією підприємства, а остаточне рішення щодо фінансування конкретного ІТ-проекту приймають менеджери вищої управлінської ланки.

Зміна бізнес-завдань підприємства передбачає внесення необхідних коректив у план розвитку інформаційних технологій, оскільки визначення цілей та стратегічних завдань у сфері інформаційних технологій насамперед залежать від бізнес-цілей підприємства.

**Підприємства туристичної сфери для забезпечення реальності ІТ-цілей, які не суперечать місії підприємства, проводять аналіз стану ринку інформаційних технологій у туризмі та визначають перспективні тенденції його розвитку**. Такий аналіз пов'язаний зі значними витратами часу та фінансових ресурсів. Ускладнює цей процес також відсутність повної достовірної інформації про наявні інформаційні продукти та обмеженість доступу до неї.

**Разом із тим переваги аналізу очевидні:**

* забезпечення обґрунтованості управлінських рішень у сфері інформаційних технологій;
* можливість визначати ІТ-цілі і завдання, які не суперечать стратегічним цілям підприємства;
* спосіб виявлення позитивних і негативних тенденцій розвитку інформаційного ринку та врахування їх при формуванні стратегічних цілей і завдань у сфері ІТ;
* можливість оперативно реагувати на зміни стану вітчизняного та закордонного ринку інформаційних технологій шляхом уточнення поточних та стратегічних планів розвитку ІТ;
* основа визначення альтернативних ГТ-стратегій підприємства;
* формування інформаційної бази для виявлення стратегічних проблем у сфері інформаційних технологій та стратегічних перспектив.

**Основою визначення ІТ-стратегії є отримана в результаті аналізу інформація та знання загальної бізнес-стратегії підприємства, що трансформуються у цілі та стратегічні завдання у сфері інформаційних технологій.** У процесі розроблення ІТ-стратегії цілі і завдання, як найбільш значимі і важливі для підприємства, повинні бути визначені з достатнім ступенем деталізації, враховуючи можливості гнучкого реагування на фактори впливу внутрішнього і зовнішнього середовища.

Особливість формування стратегічних цілей і завдань у сфері інформаційних технологій полягає в тому, що вони, з одного боку, є інструментами для досягнення бізнес-цілей підприємства і реалізації стратегічних завдань основного бізнесу (обслуговуюча функція), а з іншого - частиною загальної стратегії розвитку туристичного підприємства.

На жаль, проведені дослідження свідчать про відсутність чітко визначеної місії, стратегічних цілей і завдань у більшості підприємств туристичної сфери, що негативно впливає на визначення ІТ-цілей та подальше розроблення стратегії у цій сфері. **Однак, важливість розроблення ІТ-стратегії обумовлена:**

* специфікою діяльності туристичних підприємств - більшість із них працює на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг, а тому забезпечити конкурентоспроможність підприємства і туристичного продукту можна за допомогою використання сучасних управлінських та інформаційних технологій;
* зміною поведінки споживача (туриста), який перетворився з пасивного спостерігача в активного користувача можливостями інформаційних технологій;
* глобалізацією процесів інформатизації.

Ці об'єктивні причини, які впливають на діяльність та подальший розвиток підприємств, повинні бути усвідомлені керівниками і враховані при планування їх діяльності на перспективу.

Деякі фахівці вважають, що ризики в інформаційних технологіях слід оцінювати аналогічно ризикам будь-якого проекту і використовувати методологію їх оцінювання при впровадженні проектів. Однак, на нашу думку, **необхідно врахувати парадокс продуктивності інформаційних технологій, який полягає у відсутності зв'язку між рівнем витрат на ІТ і кінцевою вигодою для підприємства**.

**Причинами такого парадоксу, на думку американських учених, є:**

* часові лаги — розрив у часі між інвестиціями в ІТ і отриманням можливих результатів;
* помилка виміру - зростання продуктивності та рентабельності складно оцінити, тому результати досліджень можуть бути хибними;
* ефект перерозподілу;
* стратегічна неминучість - при вкладанні коштів у розвиток ІТ одного підприємства, щоб зберегти становище на ринку, інші підприємства також здійснюють відповідні інвестиції. Після закінчення цього процесу досягається початковий статус;
* неспроможність менеджменту - недостатність ефективних методів визначення витрат і результатів використання ІТ, відповідно, відсутність ґрунтовної основи для прийняття рішень;
* розуміння ризику - відповідальні за запобігання ризику особи, приймаючи рішення, на перше місце ставлять не рентабельність, а ризик.

**Оцінювання та визначення стратегічних результатів застосування інформаційних технологій** є складним процесом. У праці наводиться пропозиція щодо вирішення цього питання, яка передбачає три стадії. На першій - результатом інвестицій в ІТ є скорочення витрат, якщо це неможливо реалізувати, переходять до другої - оцінювання якісних результатів, і врешті-решт третьою буде аналіз вартості ризику.

**5.3 Оцінка рівня автоматизації туристичного підприємства**

В умовах розвитку інформаційного суспільства однією з актуальних проблем для підприємств туристичної сфери є підвищення ефективності бізнесу за допомогою впровадження сучасних методів управління, заснованих на інформаційних технологіях. Як свідчить світовий досвід грамотне застосування ІТ сприяє підвищенню керованості туристичного бізнесу, зростанню продуктивності, зниженню витрат і підвищенню вартості підприємства.

Розроблення та впровадження різноманітних інформаційних технологій вимагає значних одноразових затрат, експлуатаційних витрат, затрат трудових ресурсів. При обґрунтуванні доцільності їх здійснення, інвестор вимагає надання розрахунків щодо ефективності заходів, які будуть проводитись. До них належать:

* фактори, дія яких забезпечує ефективність;
* напрями дії цих факторів;
* показники для кількісного виміру ступеня впливу факторів;
* методи розрахунку показників.

**Основними факторами,**які забезпечують ефективність засто­сування інформаційних технологій є:

* підвищення якості обчислювальних робіт; скорочення строків на створення та освоєння нових інформаційних технологій;
* підвищення продуктивності праці користувачів ІТ;
* збільшення обсягів передання інформації одночасно зі скороченням термінів їх опрацювання;
* збереження в електронному вигляді великих обсягів інформації, економія часу на її пошук і т.д.

Для визначення **напрямів дії** вищезазначених факторів необхідно виявити на що впливають інформаційні технології. Такими об'єктами впливу може бути ефективність: функціональних та продуктових процесів на підприємстві; функцій та методів управління; управлінських рішень та системи управління в цілому; праці окремих співробітників та структурних підрозділів; керівників різних ланок управління.

Кількісні показники виміру впливу факторів та методи їх розрахунку, на нашу думку, будуть залежати від впровадження конкретного виду інформаційних технологій. Відмінними є показники розрахунку ефективності автоматизованих систем управління підприємством; автоматизованих робочих місць менеджерів; Інтернет-проектів (ефективність електронної комерції; Інтернет-реклами, веб-сайта і т.ін.). Узагальнена характеристика представлена в таблиці 5.1.

На думку деяких науковців, показниками ефективності автоматизованих інформаційних технологій управління є:

* чистий дисконтований дохід;
* індекс дохідності;
* внутрішня норма дохідності;
* строк окупності.

Таблиця 5.1

Показники оцінювання ефективності інформаційних технологій

у діяльності туристичних підприємств

|  |  |
| --- | --- |
| **Показники** | **Алгоритм розрахунку** |
| **Автоматизована інформаційна система** | |
| Чистий дисконтований дохід | де Rt – прибуток, який досягається на t – му кроці;  Зt – затрати, які здійснюються на тому ж кроці;  Т – горизонт розрахунку, який дорівнює номеру кроку розрахунку, на якому відбувається ліквідація об’єкта;  (Rt – Зt) – ефект, який досягається на t – му кроці;  - коефіцієнт дисконтування;  Е – норма дисконту (у відносних одиницях). |
| Сума дисконтова них капіталовкладень | де К – дисконтовані капіталовкладення на t – му кроці; |
| Чистий дисконтований дохід за виключенням капіталовкладень | де - затрати на t – му кроці за виключенням капітальних вкладень. |
| Індекс дохідності |  |
| Внутрішня норма  дохідності | де Евн – норма дисконту. |
| Строк окупності | де ТВП – теперішня вартість ІТ-проекту;  ГПср – середній розмір грошового потоку (приведений до теперішньої вартості), який отримується впродовж одного часового періоду (місяць, квартал, рік) |
| Чиста приведена  вартість проекту | де t - час розрахунку ІТ-проекту – 5 років (від 0 до 4);  C - прибутки / збитки за відповідний період;  d – дисконт [d =1/(1+r)];  r – норма дисконту. |
| **Автоматизоване робоче місце менеджера** | |
| Річна економія | Е=Ер – Ен = Ер – Кн\*Кз  де Ер – коефіцієнт економічної ефективності одноразових затрат;  Ен – нормативне значення економії;  Кн – нормативний коефіцієнт капітальних вкладень;  Кз – одноразові затрати. |

|  |  |
| --- | --- |
| Загальна ефективність АРМ менеджера | Ер = Еп + Ен – Век  де Еп – річна пряма економія;  Век – витрати експлуатаційні на функціонування АРМ |
| Термін окупності  затрат |  |
| Економічна ефективність | Р – результат, що отримується за рахунок функціонування  системи електронної комерції;  В – повні витрати. |
| **Інтернет-проект (електронна комерція)** | |
| Результат від функціонування електронної комерції | C(t) – ефект, який отримано за час t за рахунок зниження витрат у результаті використання цієї системи;  Kt = K/(1+i) – зведені капітальні витрати. |
| Повні витрати | З = К + Век  К – сумарні капітальні вкладення;  Век – витрати експлуатаційні. |

Вважаємо за доцільне доповнити цей перелік таким показником, як дисконтування грошових потоків, який дасть можливість після визначення всіх необхідних вкладень в ІТ прийняти рішення щодо подальшого впровадження та розрахунку чистої приведеної вартості ІТ-проекту.

Інші вчені визначають показники економічної ефективності АРМ менеджера, оцінюючи його як у цілому, так і за окремими джерелами виникнення. Так, В.М.Білик, Р.С. Дяків, В.С. Костирка до основних показників зараховують: річну економію (річний приріст прибутку від впровадження АРМ на підприємстві), річний економічний ефект і розрахунковий коефіцієнт економічної ефективності одноразових затрат [3]. При цьому, загальна річна ефективність АРМ складається з прямої і непрямої. Пряма ефективність визначається зниженням затрат на оброблення інформації в системі управління і виражається в кількісних показниках. На відміну від попередньої, непряма - через якісні чинники покращання економічних показників діяльності підприємства.

На нашу думку, економічна ефективність від впровадження автоматизованого робочого місця менеджера туристичного підприємства досягається завдяки удосконаленню:

* окремих напрямів туристичної діяльності;
* процесу проектування і формування туристичного продукту;
* зовнішніх зв'язків підприємства;
* маркетингових досліджень;
* бронювання туристичних послуг;
* просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках;
* оформлення технологічної документації;
* процесу формування банку даних;
* збору та обробки статистичних даних і т.д.

Отже, економічна ефективність АРМ менеджера досягається в результаті покращання обліку, аналізу, планування, управління функціональних і продуктових процесів та туристичного підприємства в цілому. При цьому оперативне забезпечення персоналу підприємства туристичної сфери своєчасною, достовірною, надійною інформацією щодо стану зовнішнього бізнес-оточення та внутрішніх результатів діяльності для прийняття управлінських рішень, забезпечує покращання якості управління і підвищення ефективності його функціонування.

Ефективність використання в діяльності туристичних підприємств Інтернет-проектів залежить від конкретного виду проекту. Наприклад, система економічних, організаційних і маркетингових показників, критерії оцінювання, методологічні підходи до оцінки ефективності однієї з послуг мережі - електронної комерції, найбільш грунтовно розкрито в монографії українського науковця В.Л. Плескач. На її думку, ефективність електронної торгівлі - «це категорія, яка позначає міру відповідності технологій, прийомів і правил, що використовуються, потребам суб'єктів господарювання при досягненні ними на ринку цілей комерційних операцій».

**Лекція 6**

**Інноваційні проекти в туризмі**

**6.1 Суть інноваційних проектів в туризмі та їх зміст**

**6.2 Розробка концепції інноваційного проекту**

**6.3 Планування, менеджмент та контроль інноваційного проекту**

**6.1 Суть інноваційних проектів в туризмі та їх зміст**

Інноваційними туристичними продуктами, які останнім часом стають основою нового проекту, є: продукт-захід, продукт-регіон, продукт-місцевість, продукт-товар, продукт-бренд та ін. А також **нові види та форми організації подорожей:**

* Сухопутній туризм: трекінг, альпінізм, велосипедній туризм, лижний туризм, гірські лижі, верховий туризм, джіпінг. Пригодницькі тури та екзотик-тури, спелеотуризм.
* Повітряний туризм, відпочинок і розваги: планеризм, баллонінг, парашютінг, кайтінг. Авіаційній туризм. Космотуризм.
* Водний туризм: рафтінг, подорожі на гребних і вітрильних судах; екзотичні плавзасоби (на підводних човнах, катання по морських хвилях, риболовні екстрим-тури, дайвінг) та ін.
* Археологічні і палеонтологічні екскурси. Релігійній туризм. Етнографічні тури. Мілітарі-тури. Хоббі-тури. Лікувальній туризм. Музеї нових профілів. Новинки туристичних видань.

**Управління інноваційними проектами - цілеспрямована зміна стану системи, пов'язана з витратою часу і засобів,** **яка здійснюється за розробленими правилами в рамках бюджету і часових обмежень**. Управління проектами стало визнаною в усіх розвинутих країнах методологією інвестиційної діяльності, частиною якої є й нововведення.

Найбільшою міжнародною організацією в галузі управління проектами є **Міжнародна асоціація управління проектами**, що поєднує більше двадцяти національних суспільств Європи й інших країн. Інноваційні проекти і програми їхньої реалізації становлять істотну частину господарського механізму, управління науково-технічним розвитком країни, регіонів і окремих підприємств. **Поняття «інноваційний проект» може розглядатися як:**

* **форма цільового управління інноваційною діяльністю;**
* **комплект документів.**

Як **форма цільового управління** інноваційною діяльністю інноваційний проект являє собою складну систему взаємозумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей (завдань) на пріоритетних напрямах розвитку науки і техніки. Як **процес здійснення інновацій** - це сукупність виконуваних у визначеній послідовності наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, що приводять до інновацій. У той же час **інноваційний проект** - це комплект технічної, організаційно-планової і розрахунково-фінансової документації, необхідної для реалізації цілей проекту. Найповніше і комплексно суть інноваційного проекту виявляється в його першому аспекті.

З огляду на всі три аспекти поняття «інноваційний проект» можна дати таке його визначення. **Інноваційний проект - це система взаємопов'язаних цілей і програм їхнього досягнення, які являють собою комплекс науково-дослідних дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації і забезпечуючих ефективне вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках, і приводить до інновації**.

До **основних елементів інноваційного проекту** відносяться:

* однозначно сформульовані цілі і завдання, що відображають основне призначення проекту;
* комплекс проектних заходів щодо вирішення інноваційної проблеми і реалізації поставлених цілей;
* організація виконання проектних заходів, тобто ув'язування їх з ресурсами і виконавцями для досягнення цілей проекту в обмежений період часу і в рамках заданої вартості і якості;
* основні показники проекту (від цільових - з проекту в цілому до часткових - з окремих завдань, етапів, заходів, виконавців) у тому числі показники, що характеризують його ефективність.

Реалізація задуму інноваційного проекту забезпечується учасниками проекту. Залежно від виду проекту в його реалізації можуть брати участь від однієї до кількох десятків (іноді сотень) організацій. У кожної з них свої функції, ступінь участі в проекті й міра відповідальності за його долю. Разом з тим усі ці організації залежно від виконуваних ними функцій прийнято поєднувати в кон­кретні групи (категорії) учасників проекту (рис. 6.1).

**Замовник - майбутній власник і користувач результатів проекту. В ролі** замовника може виступати і фізична і юридична особа.



Рисунок 6.1 – Основні учасники проекту

**Інвестор** *-* фізичні чи юридичні особи, що вкладають засоби в проект. Інвестор може бути і замовником. Якщо це не та сама особа, то інвестор укладає договір із замовником, контролює виконання контрактів і здійснює розрахунки з іншими учасниками проекту. Інвесторами в Україні можуть бути:

* органи, уповноважені управляти державним і муніципальним майном;
* організації і підприємства, підприємницькі об'єднання, громадські організації й інші юридичні особи усіх форм власності;
* міжнародні організації, іноземні юридичні особи;
* фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни.

Одним з основних інвесторів, що забезпечує фінансування проекту, є банк.

**Проектувальник** *-* спеціалізовані проектні організації, що розробляють проектно-кошторисну документацію. Відповідальною за виконання всього комплексу цих робіт звичайно є одна організація, названа генеральним проектувальником. За рубежем її найчастіше представляють архітектор чи інженер. Архітектор - це особа чи організація, що мають право професійно, на основі відповідним чином оформленої ліцензії виконувати роботу зі створення проектно-кошторисної документації. Інженер - це особа чи організація, що має ліцензію на заняття інжинірингом, тобто комплексом послуг, пов'язаних із процесом виробництва і реалізації продукції проекту.

**Постачальник**- організації, що забезпечують матеріально-технічне забезпечення проекту (закупівлі і постачання). *Виконавець* (організація-виконавець, підрядчик, субпідрядник) -юридичні особи, що несуть відповідальність за виконання робіт відповідно до контракту.

**Науково-технічні ради**(НТР) - провідні спеціалісти з тематичних напрямів проекту, що несуть відповідальність за вибір науково-технічних рішень, рівень їхньої реалізації, повноту і комплексність заходів, необхідних для досягнення проектних цілей. НТР організує конкурсний добір виконавців і експертизу отриманих результатів.

**Керівник проекту**(у прийнятій на Заході термінології, проект-менеджер) - юридична особа, якій замовник делегує повноваження з керівництва роботами за проектом: планування, контроль і координація робіт учасників проекту. Конкретний склад повноважень керівника проекту визначається контрактом із замовником.

**Команда проекту**специфічна організаційна структура, очолювана керівником проекту і створювана на період здійснення проекту з метою ефективного досягнення його цілей. Склад і функції команди проекту залежать від масштабів, складності й інших характеристик проекту.

Різноманіття можливих цілей і завдань науково-технічного розвитку визначає і розмаїтість видів інноваційних проектів. Загальноприйнятої класифікації їх немає. Доцільно класифікувати інноваційні проекти за такими ознаками, як період реалізації проекту, характер цілей проекту, вид потреби, що задовольняється, тип інновацій і рівень прийнятих рішень.

**Залежно від часу, затрачуваного на реалізацію проекту і досягнення його цілей, інноваційні проекти можуть бути:**

* довгострокові (понад 5 років),
* середньострокові (3-5 років),
* короткострокові (менше ніж 3-х роки).

З погляду характеру цей проект може бути кінцевим, тобто відбивати мету вирішення інноваційної проблеми (завдання) в цілому, або проміжним, пов'язаним з досягненням проміжних результатів вирішення складних проблем. За видом потреб, що задовольняються, проект може бути орієнтований на існуючі потреби або на створення нових.

**Класифікація інноваційних проектів за типом інновацій допускає розподіл їх на:**

* введення нового (радикального) або удосконаленого продукту;
* введення нового чи удосконаленого методу виробництва;
* створення нового ринку;
* освоєння нового джерела постачання сировини або напівфабрикатів;
* реорганізація структури управління.

Приналежність інноваційного проекту до того чи іншого виду визначає його специфічний зміст і використання особливих методів формування й управління проектом. Разом з тим єдність проектних принципів дозволяє використовувати загальні методичні положення для управління інноваційними проектами.

**Можна виділити три аспекти розгляду змісту інноваційного проекту:**

* за стадіями інноваційної діяльності;
* за процесом формування і реалізації;
* за елементами організації.

Інноваційний проект охоплює всі стадії інноваційної діяльності, пов'язаної з трансформацією науково-технічних ідей у новий чи удосконалений продукт, впроваджений на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використаний у практичній діяльності, або в новий підхід до соціальних послуг. **З погляду стадій здійснення інноваційної діяльності, проект містить у собі НДР, проектно-конструкторські і дослідно-експериментальні роботи, освоєння виробництва, організацію виробництва і його пуск, маркетинг нових продуктів, а також фінансові заходи.**

В основі розгляду змісту інноваційного проекту **за процесом його формування і реалізації,** тобто технологічно, лежить концепція **життєвого циклу інноваційного проекту***,* яка виходить з того, що інноваційний проект є процес, який відбувається протягом кінцевого проміжку часу. У такому процесі можна виділити ряд послідовних за часом етапів (фаз), що розрізняються за видами діяльності, які забезпечують його здійснення (**див. лекцію 3**).

Розглядаючи **інноваційний проект за елементами організації,** можна виділити в ньому дві частини: 1) органи управління формуванням і реалізацією проекту; 2) учасники інноваційного проекту.

Управління інноваційними проектами можна розглядати з трьох позицій:

* як систему функцій;
* як процес прийняття управлінських рішень;
* як організаційну систему.

З позицій функціонального підходу до управління інноваційними проектами, процес управління полягає в реалізації функцій. Кожна управлінська функція також являє собою процес, тому що також складається із серії взаємозалежних дій. **Процес управління реалізується за допомогою всіх десяти функцій менеджменту.**

Як **процес прийняття управлінських рішень**управління інноваційними проектами являє собою виконання визначеної послідовності взаємозалежних етапів. При всій розмаїтості підходів до структуризації зазначеного процесу доцільно виділити такі основні етапи процесу прийняття рішень:

* визначення цілей;
* формулювання обмежень і критеріїв ухвалення рішення;
* розробка альтернатив (пошук рішень);
* оцінювання і вибір альтернативи;
* реалізація рішення.

**Як організаційна система**управління інноваційними проектами **характеризується організаційною структурою,**що включає склад і взаємозв'язок органів управління, регламентацію їхніх функцій, обов'язків, прав і відповідальності, технологію управління і побудованої таким чином, що всі органи управління забезпечують досягнення кінцевої мети проекту.

З огляду на три розглянутих аспекти поняття "управління", можна дати таке його визначення. **Управління інноваційним проектом - це процес прийняття і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з визначенням цілей, організаційної структури, плануванням заходів і контролем над ходом їхнього виконання, спрямованих на реалізацію інноваційної ідеї**.

Управління інноваційними проектами повинно ґрунтуватися на сукупності науково обґрунтованих і перевірених практикою принципів. **До основних принципів відносяться**:

**Принцип селективності.**Суть його полягає в підтримці проектів за пріоритетними напрямами розвитку науки і техніки й адресній підтримці інноваторів - авторів комплексних проектів.

**Принцип цільової орієнтації проектів.** Цей принцип допускає встановлення взаємозв'язків між потребами в створенні інновацій і можливостями їхнього здійснення. При цьому кінцеві цілі конкретних проектів орієнтуються на потребі, а проміжні - на кінцеві цілі цих проектів.

**Принцип повноти циклу управління проектами.** Цей принцип допускає замкнуту упорядкованість складових частин проектів як систем. Повний цикл процесу управління допускає всю сукупність рішень: від виявлення потреб до управління передачею отриманих результатів.

**Принцип етапності інноваційних процесів і процесів управління проектами.** Цей принцип допускає опис повного циклу кожного етапу формування і реалізації проекту. Принцип етапності відображає властивість послідовного нагромадження інформації при виконанні етапів і стрибкоподібний, якісний перехід у новий стан при задоволенні зовнішніх вимог до завершення даного стану.

**Принцип ієрархічності організації інноваційних процесів і процесів управління** ними допускає, що усі рівні діяльності погоджуються один з одним так, що нижчестоящий рівень підкоряється вищестоящому, а стани (прийняті рішення, мета, проміжні і кінцеві результати) процесу на вищестоящому рівні обов'язкові при визначенні станів на нижчестоящому.

**Принцип багатоваріантності при виробленні управлінських рішень.** Інноваційні процеси протікають під сильним впливом невизначених факторів, які необхідно враховувати в процесі управління. Для зниження ступеня невизначеності необхідний перехід до підготовки альтернативних рішень, вибору кінцевих цілей проектів, альтернативних способів їхнього досягнення.

**Принцип системності,** полягає в розробці сукупності заходів, необхідних для реалізації проекту (організаційно-економічних, законодавчих, адміністративних, технологічних), у взаємозв'язку з концепцією розвитку країни в цілому.

**Принцип комплексності.**Тут мається на увазі, що розробка окремих пов'язаних між собою елементів проектної структури, що забезпечують досягнення підцілей, повинна здійснюватися відповідно до генеральної (загальної) мети того чи іншого проекту.

**Принцип забезпеченості (збалансованості),**який полягає в тому, що всі заходи, передбачені в проекті, повинні бути забезпечені різними видами необхідних для його реалізації ресурсів: фінансових, інформаційних, матеріальних, трудових.

**6.2 Розробка концепції інноваційного проекту**

**Розробка інноваційного проекту** являє собою особливим чином організовану НДР прогнозно-аналітичного і техніко-економічного характеру, пов'язану з постановкою мети розробки проекту, розробкою його концепції, плануванням і оформленням проектно-кошторисної документації інноваційного проекту.

**Концепція інноваційного проекту** повинна визначати варіанти його реалізації, формувати основні цілі й очікувані кінцеві результати, оцінювати конкурентоспроможність і перспективність результатів проекту, а також оцінювати можливу ефективність інноваційного проекту. **У процесі розробки концепції інноваційного проекту можна виділити такі етапи:**

* формування інноваційної ідеї і постановка мети проекту;
* маркетингові дослідження ідеї проекту;
* структуризація (функціональна і проблемна) проекту;
* аналіз ризику і невизначеності;
  + вибір варіанта реалізації проекту (рис. 6.2).

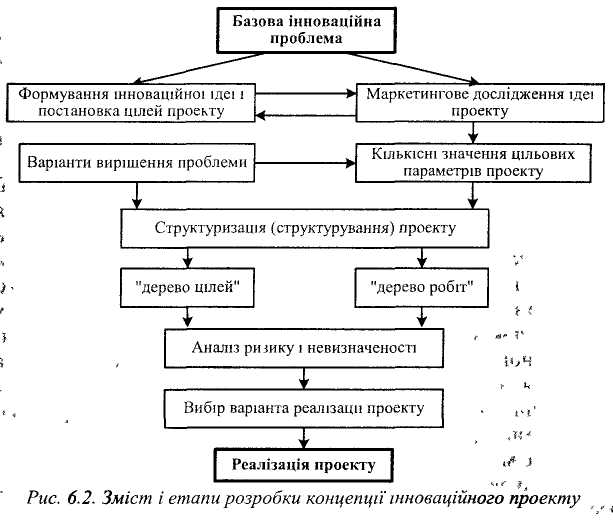


Рисунок 6. 2 – Зміст і етапи розробки концепції інноваційного проекту

Розглянемо коротко кожний з перерахованих етапів.

**Формування інноваційної ідеї і постановка мети проекту.**Виникнення інноваційної ідеї є відправною точкою, з якої починається розробка інноваційного проекту. Формування інноваційної ідеї розглядається з двох позицій. З одного боку, інноваційна ідея становить основу, суть інноваційного проекту, що знаходить відображення в постановці генеральної (кінцевої) мети проекту (ідея створення нового продукту чи послуги, ідея організаційних перетворень у галузі, регіоні, на діючому підприємстві і т.п.). У той же час під формуванням інноваційної ідеї (задуму) розуміється задуманий план дій, тобто способи чи шляхи досягнення мети проекту.

Уже на цьому етапі визначаються альтернативні варіанти вирішення проблеми. Ідея може виникнути спонтанно чи стати результатом тривалого процесу, вона може бути результатом "колективної експертизи" чи індивідуального аналізу.

До методів генерування і формування інноваційної ідеї відносяться добре відомі інтуїтивні методи:

* виявлення думок (метод інтерв'ю);
* анкетування (вибіркових опитувань);
* написання сценарію;
* «мозкова атака»;
* морфологічний аналіз;
* метод Дельфі і т.д.

**Маркетингові дослідження ідеї проекту.**Паралельно з формуванням інноваційної ідеї проекту проводяться її маркетингові дослідження. Метою цього етапу є визначення сфери впливу проекту на розвиток народного господарства і, як наслідок, кількісне уточнення мети проекту і завдань за окремими періодами. Кінцеві цілі і завдання інноваційного проекту не завжди можуть бути встановлені у вигляді конкретних кількісних показників на стадії вибору й **обґрунтування**проблеми (інноваційної ідеї). Тому власне розробка проекту повинна починатися з кількісного уточнення кінцевої мети проекту і встановлення проміжних завдань її реалізації за окремими тимчасовими періодами для різних варіантів реалізації.

З цією метою:

* встановлюються можливі споживачі цільового продукту проекту;
* аналізуються можливості й економічна доцільність заміни виробленої продукції новими видами цільової продукції;
* вивчається структура галузей, що забезпечують реалізацію проекту сировиною, енергоресурсами, комплектуючими виробами;
* аналізуються нові сфери використання кінцевого продукту проекту;
* досліджуються економічні і соціальні наслідки реалізації проекту.

На етапі маркетингових досліджень повинні використовуватися загальні методи маркетингу інновацій. Результати маркетингових досліджень виражаються в конкретних кількісних значеннях цільових параметрів проекту.

**Структуризація інноваційного проекту.** Встановлені на попередніх етапах цільові параметри проекту є основою для формування переліку проектних заходів щодо досягнення кінцевої мети проекту. Для визначення складу необхідних заходів кінцеві цілі попередньо структуруються, тобто розбиваються на складові елементи. Практика показала, що в структуризації проекту необхідно розрізняти два різновиди: функціональну і проблемну.

**Функціональна** структуризація проекту.При структуризації інноваційного проекту спочатку встановлюється склад функціональних елементів, необхідних для повного і комплексного його здійснення. Інструментом такої функціональної структуризації проблеми при розробці проекту слугує «дерево цілей». «Дерево цілей» являє собою ієрархічну систему, що має ряд рівнів, на яких розташовуються послідовно деталізовані цілі, які потрібно реалізувати. При цьому мета кожного наступного рівня повинна забезпечувати реалізацію цілей вищестоящого рівня.

Побудова «дерева цілей», тобто послідовне розбивання кінцевої мети проекту на складові його елементи, базується не на формальних залежностях, а на використанні переважно експертних оцінок фахівців.

За кожним з установлених елементів, включаючи й альтернативні, визначається обмежений перелік найважливіших **цільових показників**, що характеризує їхній науково-технічний рівень і розкриває зміст цільових показників елементів вищестоящого рівня. На підставі приватних прогнозів розвитку кожного елемента і з урахуванням сформованих пропорцій, питомих витрат і норм витрат розраховуються можливі значення цільових показників за окремими періодами реалізації проекту.

Крім цільових показників, за кожним з елементів «дерева цілей» рекомендується встановлювати **обмежувальні параметри**, які визначають особливі умови досягнення цілей. Склад таких параметрів і їхніх значень підбираються й улаштовуються експертами, виходячи зі специфіки самого проекту. Обмежуючі параметри встановлюють ті вимоги, що обов'язково повинні бути витримані при реалізації проекту. Необхідно враховувати, що обмежуючі параметри, які є умовами досягнення цільових показників, різко скорочують кількість можливих шляхів вирішення проблеми.

Таким чином, встановлення складу обмежувальних параметрів проекту і їхніх якісних значень може розглядатися як перша і найбільша стадія техніко-економічного обґрунтування варіанта реалізації проекту.

**Проблемна** структуризація проекту.Побудоване дерево цілей переформулюється потім у проблемно виражену систему завдань і заходів, що має також ієрархічну структуру і називається «деревом робіт».

Якщо «дерево цілей» встановлює необхідні засоби досягнення цілей проекту, то комплекс заходів («дерево робіт») повинен визначати шляхи і способи одержання встановлених засобів. При формуванні заходів повинен використовуватися композиційний принцип послідовного агрегування робіт нижчого рівня в теми, завдання, проблеми вищого рівня.

Розробка переліку необхідних заходів здійснюється в такій послідовності:

* вивчається можливість і доцільність забезпечення цільових параметрів за рахунок розширення обсягів виробництва традиційної техніки;
* формулюються заходи щодо освоєння у виробництві результатів раніше від закінчених НДДКР;
* при недостатності наукового заділу вивчається можливість і намічаються заходи щодо використання досвіду іноземних країн на основі придбання ліцензій, устаткування чи документації;
* розробляються пропозиції за напрямом і конкретній тематиці НДР.

Результатом структуризації проекту є перелік заходів (склад завдань, тем і робіт), виконання яких необхідне для забезпечення досягнення у встановлений термін цільових значень проекту за кожним з варіантів його реалізації.

**Аналіз ризику і невизначеності.**Однією з найбільш істотних особливостей інноваційних проектів є те, що виконання проектів здійснюється в умовах ризику і невизначеності. При цьому під **невизначеністю** розуміється неповнота чи неточність інформації про умови реалізації проекту, у тому числі про пов'язані з ними витрати і результати. Невизначеність, пов'язана з можливістю виникнення в ході реалізації проекту несприятливих ситуацій і наслідків, характеризується поняттям ризику. Фактори ризику і невизначеності підлягають обліку в розрахунках ефективності, якщо за різних можливих умов реалізації витрати і результати за проектом різні. При оцінюванні проектів **найбільш істотними є такі види невизначеності й інвестиційних ризиків**:

* + ризик, пов'язаний з нестабільністю законодавства і поточної економічної ситуації, умов інвестування і використання прибутку;
* зовнішньоекономічний ризик (можливість введення обмеження на торгівлю і постачання, наявність сильних конкурентів);
* невизначеність політичної ситуації, ризик несприятливих соціально-політичних змін у країні чи регіоні;
* неповнота чи неточність інформації про динаміку техніко-економічних показників, параметри нової техніки і технології;
* коливання ринкової кон'юнктури цін валютних курсів і т. п.;
* виробничо-технологічний ризик (аварії, відмова устаткування, виробничий брак);
* невизначеність цілей, інтересів і поводження учасників;
* неповнота чи неточність інформації про фінансове становище і ділову репутацію організацій-учасників (можливість неплатежів, банкрутства, зривів договірних зобов'язань).

Результат аналізу ризиків під час розроблення інноваційного проекту виражається у визначенні імовірності реалізації різних його варіантів.

**Вибір варіанта реалізації інноваційного проекту.**Вибір з наявних варіантів інноваційного проекту найбільш життєздатного являє собою одну з найбільш відповідальних процедур розроблення проекту. Основні завдання цього етапу:

* + встановлення основних критеріїв (показників) ефективності інноваційного проекту;
* розрахунок показників ефективності альтернативних варіантів проекту з урахуванням імовірності їхньої реалізації;
  + порівняння і вибір варіанта інноваційного проекту для реалізації.

Для обліку невизначеності умов у реалізації варіанта проекту розраховуються показники очікуваного інтегрального ефекту (економічного - на рівні народного господарства, комерційного - на рівні організації).

**6.3 Планування, менеджмент та контроль інноваційного проекту**

В управлінні проектом **планування - інтеграція всіх учасників проекту для виконання комплексу робіт, що забезпечують досягнення кінцевих результатів проекту**. **План реалізації інноваційного проекту**являє собою детальний, розгорнутий у часі, збалансований за ресурсами і виконавцями, взаємопов'язаний перелік науково-технічних, виробничих, організаційних та інших заходів, спрямованих на досягнення загальної мети чи вирішення поставленого завдання. Таким чином, план містить вказівки, кому яке завдання і в який час виконувати, а також які ресурси потрібно виділити на вирішення кожного завдання.

При управлінні інноваційними проектами, як правило, використовується система планів, подана на рисунку 6.3.

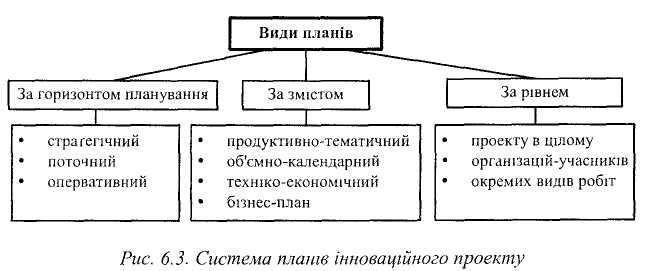


Рисунок 6.3 – Система планів інноваційного проекту

**За обріями планування розрізняють стратегічний, поточний і оперативний плани реалізації проекту.**

**Стратегічний план**визначає цільову спрямованість, етапи й основні віхи проекту, що характеризуються термінами завершення комплексів робіт, термінами постачання продукції (устаткування), термінами підготовки фронту робіт і т. ін.; кооперацію організацій-виконавців: потреби в матеріальних, технічних і фінансових ресурсах з розподілом за роками, кварталами. Основне призначення стратегічного плану - показати, як проміжні етапи реалізації проекту логічно вибудовуються в напряму до його кінцевих цілей.

**Поточний план**уточнює терміни виконання комплексів робіт і потребу в ресурсах, встановлює чіткі межі між комплексами робіт, за виконання яких відповідають різні організації-виконавці, у розрізі року.

**Оперативний план**деталізує рішення, прийняті при складанні річного плану за кварталами і місяцями, що полегшує контроль його виконання і забезпечує своєчасне регулювання ходу проектних робіт і координацію дій учасників проекту.

**Ефективним методом розробки продуктово-тематичного плану є програмно-цільові методи, інструментом – «дерево цілей» і «дерево робіт», а основною формою - розробка комплексної програми реалізації проекту.**

**Об'ємно-календарний план**інноваційного проекту визначає тривалість і обсяги робіт, дати початку і закінчення виконання робіт, тем, завдань проблемно-тематичного плат; резерви часу і величини ресурсів, необхідних для виконання проекту. Календарні розрахунки мають своєю метою регламентацію злагодженого і погодженого ходу робіт з обліком доцільної їхньої послідовності і взаємозв'язку з кожної теми (завдання) проблемно-тематичного плану і за окремими організаціями-виконавцями (детальні календарні плани), а також за проектом в цілому (зведений оптимальний календарний план).

**Бюджет інноваційного проекту** *-* це план, виражений у кількісних показниках, що відображає витрати, необхідні для досягнення поставленої мети. Загальний бюджет показує витрати засобів на проект рік за роком протягом усього періоду часу його здійснення. При цьому бюджет першого року з поквартальним і помісячним розподілом визначається достатньо точно, а бюджети майбутніх років можуть змінюватися зі зміною цін.

**Бізнес-план**інноваційного проекту дає змогу оцінити й обґрунтувати можливість реалізації проекту в умовах конкуренції. При складанні бізнес-плану необхідно відповісти на такі питання: "Чи так уже гарна сама ідея? На кого розрахований новий продукт чи послуга? Чи знайде цей продукт чи послуга свого покупця? З ким доведеться конкурувати?" Бізнес-план являє собою короткий програмний документ, який дає уявлення про цілі, методи здійснення й очікувані результати Інноваційного проекту. Як показано раніше, планування забезпечує учасникам програми розуміння цілей і опис робіт, які повинні бути виконані, створює основу для розподілу робіт між учасниками програми і призначення ресурсів. Інакше кажучи, план програми забезпечує структуру для ор­ганізації робіт з її реалізації.

**Мета організації менеджменту інноваційного проекту включає:**

* забезпечення ефективної взаємодії;
* поділ ролей і відповідальності;
* визначення відповідальності за прийняття рішень;
* забезпечення ефективного розподілу інформації;
* забезпечення гнучкості використання ресурсів.

**Для забезпечення ефективної взаємодіїнеобхідно:**

* забезпечити взаємодію між менеджером проекту і функціональним менеджментом;
* встановити правила формальної взаємодії між учасниками програми.

Лінійні менеджери повинні забезпечувати програму ресурсами відповідно до їх життєвого циклу таким чином, що менеджер програми може бути впевнений у доступності необхідних ресурсів.

Рівні відповідальності і влади повинні бути чітко визначені не тільки для постійних членів програми, й для виконавців чи організацій, що підтримують програму на окремих стадіях.

Організація програми включає **визначення ключових фахівців, відповідальних за ухвалення рішення.**Організаційна структура команди (колективу), яка виконує програму, повинна передбачати можливість розподілу функцій прийняття рішень відповідно до їхньої природи (наприклад, технічні рішення приймаються технічними фахівцями). Відповідальність за ухвалення рішення повинна, в міру можливості, покладатися і на потенційних користувачів результатів програми.

**Організація програми повинна залучати різні ресурси на різних стадіях розробки програми**у відповідності з такими трьома принципами:

* забезпечувати найбільш кваліфікованими для даного виду робіт фахівцями;
* залучати виконавців у команду програми тільки на період, коли їхня кваліфікація необхідна;
* забезпечувати точним описом завдання для залучених фахівців.

Програми звичайно є складовою частиною діяльності більш великих організаційних структур. Результати реалізації програм спрямовані на досягнення цілей організацій-замовників. Виконання програми може здійснюватися в рамках однієї чи декількох організацій. Таким чином, організаційна структура програми визначається як її цілями і змістом робіт, так і структурами організацій, що беруть участь у програмі.

**Організація контролю.** Звичайно, внаслідок непередбачених змін зовнішнього оточення і непередбачених внутрішніх обставин, тривалість виконання програми і фактична її вартість відрізняються від запланованих величин. Крім того, з часом можуть змінитися і потреби, для задоволення яких розроблялася програма. Внесення змін є звичайним явищем у будь-якій програмі. Таким чином, усі основні елементи програми повинні контролюватися менеджером. Менеджер повинен визначити процедуру й установити послідовність збирання даних через певні інтервали часу, робити аналіз отриманих даних, аналізувати поточні розбіжності фактичних і планових показників і прогнозувати вплив поточного стану справ на виконання обсягів робіт, що залишилися.

**Вимоги до системи контролю, включають склад аналізованої інформації, структуру звітів і відповідальність за збирання даних, аналіз інформації і прийняття рішень, виробляються до початку реалізації програми за участю всіх зацікавлених сторін.** Система менеджменту програмою повинна забезпечувати коригувальні впливи там і тоді, де й коли вони необхідні. Наприклад, якщо відбувається затримка закінчення окремих робіт, то, можливо, прискорити їхнє виконання можна за рахунок перерозподілу трудових ресурсів і устаткування. Якщо ж затримується постачання програмної документації, збільшуються витрати на матеріали й устаткування, субпідрядники зривають директивні строки, то необхідно переглянути план програми. Корекція плану може бути обмежена переглядом параметрів завдань, а може зажадати розробки зовсім нової мережної моделі, починаючи з поточного стану і до моменту закінчення програми.

**Основні принципи побудови ефективної системи контролю включають:**

**Наявність чітких планів,**плани повинні бути змістовні, чітко структуровані і фіксовані, щоб забезпечувати основу для контролю. Якщо плани обновлюються занадто часто і без застосування процедур контролю над змінами, контроль над програмою може бути загублений.

**Наявність ясної системи звітності:**

* звіти повинні відображати стан програми щодо вихідних планів на підставі єдиних підходів і критеріїв;
* процедури підготовки й одержання звітів чітко визначені і достатньо прості;
* тимчасові інтервали визначені для всіх видів звітів.

**Наявність ефективної системи аналізу фактичних показників і тенденцій.**У результаті аналізу зібраних даних менеджер програми повинен визначити, чи відповідає поточна ситуація запланованій, а якщо ні, то розрахувати розмір і серйозність наслідків відхилень. Двома основними показниками прогресу є час і вартість.

**Наявність ефективної системи реагування.**Завершальним кроком контролю є дії, які починаються менеджментом і спрямовані на подолання відхилень у ході робіт програми. Ці дії можуть бути спрямовані на виправлення виявлених недоліків і подолання негативних тенденцій у рамках програми.

Таким чином, у процесі контролю можна виділити **три основні кроки:**

1. Відстеження фактичного стану робіт - збирання і документування фактичних даних.

2. Аналіз результатів і оцінювання поточного стану робіт, а також порівняння досягнутих результатів із запланованими показниками (обсягами).

3. Коригувальні дії - планування і здійснення дій, спрямованих на виконання робіт відповідно до плану, чи мінімізацію невідповідностей.

Існує два основні методи контролю фактичного виконання: «простий контроль» і «детальний контроль».

**Метод простого контролю**також називають методом "0— 100", оскільки він відслідковує тільки моменти завершення детальних завдань (існують тільки два ступені завершеності завдання: 0 і 100%). Іншими словами, вважається, що робота виконана тільки тоді, коли отримано її кінцевий результат.

**Метод детального контролю**передбачає виконання оцінок проміжних станів виконання завдання (наприклад, завершеність детального завдання на 50% означає, що, за оцінками виконавців і менеджменту, мета завдання досягнута наполовину). Цей метод складніший, оскільки жадає від менеджера оцінювати відсоток завершеності для робіт, що знаходяться в процесі виконання.

**Лекція 7**

**Правові аспекти інноваційної діяльності**

**7.1 Загальні положення про інтелектуальну власність**

**7.2 Оформлення прав на об’єкти інтелектуальної власності**

**7.3 Захист прав інтелектуальної власності**

**7.1 Загальні положення про інтелектуальну власність**

Захист авторського права і суміжних прав встановлений Конституцією України, чинним Цивільним кодексом України, Законами України:

* «Про авторське право і суміжні права»;
* «Про власність»;
* «Про науково-технічну інформацію»;
* «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»;
* «Про охорону прав на зазначення походження товарів» та іншими законодавчими і нормативними актами.

У недалекі минулі часи розвиток науки, техніки і виробництва називали науково-технічним прогресом. У найменуванні цього процесу також відобразилися наслідки тієї давньої дискусії між ліриками і фізиками. Культуру і мистецтво, які зверхньо називали лірикою, до уваги не брали взагалі. На думку тодішніх «верхів», лірика ніяким чином не могла впливати на соціально-економічний розвиток суспільства і її просто зневажали. Це і дістало своє відображення в акцентах розвитку складових, із яких складався науково-технічний прогрес.

Отже, поняття інтелектуальної діяльності і науково-технічного прогресу ні в якій мірі не збігаються. **Поняття науково-технічного прогресу стосувалося лише розвитку науки, техніки і на цій основі — виробництва**. Поза межами цього поняття залишалися література, культура і мистецтво. Поняття **інтелектуальної діяльності** охоплює весь комплекс складових, що складають основу соціально-економічного розвитку будь-якого суспільства.

Науково-технічний прогрес — це досить складний механізм, у тому числі і з точки зору права. Саме у цьому аспекті він нас цікавить. **Науково-технічний прогрес — це поступальний рух у розвитку науки і техніки, що складається із певних стадій, що в своїй сукупності утворюють певний діалектичний виток по спіралі.**

**Перша стадія цього руху** — **виявлення, формування і формулювання суспільних потреб у тих чи інших засобах і знаряддях праці, матеріалах і технологіях, у новій продукції тощо**.

Науково-технічний прогрес визначається виробництвом, доцільною діяльністю людини. Саме практична діяльність людини, передусім виробнича, є першочерговим джерелом, поштовхом науково-технічного прогресу і його кінцевою метою. Виробнича діяльність суспільства, під якою слід розуміти будь-яку доцільну діяльність людини, разом з науково-технічною діяльністю утворюють єдиний діалектичний цикл, спіральний виток, де виробництво посідає визначальне місце. У свою чергу виробництво зумовлюється потребами суспільства.

**Друга стадія — фундаментальні дослідження, результатом яких є встановлення закономірностей, властивостей і явищ матеріального світу, тобто наукові відкриття**. Зрозуміло, далеко не всі фундаментальні дослідження завершуються відкриттями.

У міру накопичення наукових знань наука все більше стає необхідним елементом виробничого процесу — здійснюється широкий процес вдосконалення виробництва. Виробництво уже не може успішно розвиватися без належного наукового забезпечення. Виробничий процес і науково-технічний прогрес на цьому етапі перетворюються в єдиний науково-виробничий процес.

**Створення і впровадження у виробництво нової техніки складають сутність третьої стадії технічного прогресу.** Результати науково-дослідної діяльності, тобто відкриття, стають основою нового винаходу, нового удосконалення методів виробництва. Проте винахід — це лише ідеальне розв'язання практичного завдання, яке ще не може бути використане безпосередньо у ви­робництві. Винахід треба певним чином матеріалізувати, втілити у певну конструкцію, технологію, речовину тощо — перетворити ідеальне розв'язання в оречевлений предмет — техніку, оречевлену силу знання.

Отже, науково-технічний прогрес складається з певних стадій, що перебувають у постійному розвитку, взаємно обумовлені і послідовно замінюють одна одну. Підсумком цих стадій є наукові відкриття, винаходи, нова техніка, сутність яких полягає в безперервному пізнаванні матеріального світу і послідовному перетворенні (оречевленні) пізнаних закономірностей, властивостей і явищ в інтересах доцільної діяльності людини.

Спираючись на вищевикладене, **сутність науково-технічного прогресу можна визначити як поступальний процес перетворення (оречевлення) і використання пізнаних закономірностей, властивостей і явищ матеріального світу в доцільній діяльності людини, який взаємозумовлений і постійно вдосконалюється.**

**Науково-технічний прогрес є не що інше як процес перетворення досягнень науки в безпосередню продуктивну силу.**

**Основна функція** науково-технічного прогресу **— забезпечити виробництво та іншу доцільну діяльність людини найбільш оптимальними засо­бами, способами, матеріалами, методами тощо для досягнення практичних цілей**.

Отже, поняття науково-технічного прогресу не охоплює цілу сферу інтелектуальної діяльності, а саме літературу, культуру, мистецтво, туризм. Такі поняття як інтелектуальна діяльність, творча діяльність або просто творчість та науково-технічний прогрес перехрещуються, переплітаються між собою, хоча й істотно відрізняються одне від одного. Що таке науково-технічний прогрес — у тій чи іншій мірі ми з'ясували. **Постає запитання: що таке інтелектуальна діяльність і чим вона відрізняється від творчості.**

Досить часто ці поняття вживають як однозначні — інтелектуальна діяльність і є творчою. Безперечно, це так. Інтелектуальна діяльність не може бути не творчою. **Проте і творчість, і інтелектуальна діяльність мають свої особливості або відмінності**.

Конституція України у ст. 41 проголошує: «Кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності». Отже, у Конституції України розрізняється інтелектуальна діяльність і творча діяльність. В усякому разі ці поняття не тотожні і не означають одне і те саме.

**Творча діяльність або просто творчість — це діяльність, внаслідок якої народжується щось якісно нове, що вирізняється неповторністю, оригінальністю і суспільно-історичною унікальністю**. Творчість властива лише людині — адже творити може лише людина. Суб'єктом творчої діяльності може бути лише людина. Природа інколи також створює унікальні шедеври, але в природі здійснюється процес розвитку, а не творчості. Творчість — процес усвідомлений, цілеспрямований і, як правило, передбачуваний.

Отже, **результатом творчої діяльності** є щось таке, чого ще не було — це суспільно-історична унікальність. Цей результат має бути новим, оригінальним, він не може бути повторенням уже відомого. Такі результати можуть з'явитися саме внаслідок творчої діяльності. У цьому аспекті специфічною рисою творчості є те, що творча діяльність не може бути повторенням відомого, її **результату завжди властива новизна**.

Творчість властива людині у будь-якій сфері її доцільної діяльності. Конституція України проголошує свободу творчості у ст. 54. Це означає, що людина може творити у будь-якій галузі діяльності все, що їй забажається. Проте обмеження творчості встановлюються законом — творчість не може бути антисуспільною, аморальною, спрямованою проти людства.

**Творча діяльність — поняття більш широке ніж інтелектуальна діяльність. До поняття «результати творчої діяльності»** чи просто «результати творчості» або «творчі результати» належать **будь-які результати творчості**. Результати інтелектуальної діяльності — це результати творчої діяльності. Але **результати інтелектуальної діяльності обов'язково мають відповідати встановленим вимогам закону**. Лише за цієї умови результати інтелектуальної діяльності можуть стати об'єктами інтелектуальної власності. У разі їх невідповідності вимогам закону вони не можуть стати об'єктами правової охорони.

Інтелектуальна діяльність і творча діяльність — це розумова діяльність. У цьому аспекті ці два види діяльності збігаються. Але не всяка розумова діяльність є інтелектуальною чи творчою. Людина може розумово працювати, але творчого результату не досягти. Слід мати на увазі й те, що розумовою діяльністю займаються багато людей і з розвитком суспільства їх стає все більше, це — вчені, інженери, вчителі, лікарі та ін. Творчість, внаслідок якої з'являється щось нове, властива далеко не всім.

**Отже, інтелектуальна діяльність відрізняється від творчої тим, що її результати неодмінно стають об'єктами правової охорони. Далеко не всі результати творчої діяльності стають об'єктами інтелектуальної власності і, отже, об'єктами правової охорони (рис. 7.1).**

Посилення правової охорони інтелектуальної власності необхідне ще й тому, що інтелектуальна діяльність, як показує досвід країн з розвиненою економікою, здебільшого буде визначати стратегію і тактику соціально-економічного розвитку країни. **Визначальне, пріоритетне місце буде посідати не виробництво, а саме наука, культура і техніка.** Поняття «культура» слід розуміти в її широкому значенні — це освіта, культура поведінки, науково-технічний рівень виробництва, література, мистецтво та багато інших складо­вих, що визначають рівень цивілізації того чи іншого суспільства.

Рівень культури визначає світогляд, світовідчуття, моральні засади та інші людські цінності як суспільства в цілому, так і кожного окремого індивіда. Тобто саме культура в широкому значенні цього поняття зумовлює, формує духовний світ суспільства і кожної окремої людини. Духовний світ (чи духовність) суспільства зумовлює напрями розвитку науки, техніки (технологій) і виробництва. Саме тому патентні закони не визнають науково-технічними досяг­неннями пропозиції, що мають антисуспільний, аморальний характер. До них варто було б віднести зброю масового знищення людей, зомбування та інші досягнення, спрямовані проти людства.

Творча діяльність:

1 - наукова література;

2 - технічні пристрої;

3 - селекція (генетика);

Не захищається

авторським правом

Інтелектуальна діяльність

діяльність

Розумова

Захищається

авторським правом:

- літературна,

художня власність;

- промислова

власність;

Прикладна

Об’єктом правової охорони є лише ті результати інтелектуальної і творчої діяльності, які відповідають вимогам закону і не суперечать цінностям людства.

Наука

Фундаментальна

Рисунок 7.1 - Співвідношення складових розумової діяльності

**Види інтелектуальної діяльності. Раніше було висловлено думку про пріоритетність науки, якої і будемо дотримуватися — будь-яка творчість розвивається за схемою: суспільна потреба — творчість — наука**. Суспільні потреби ставлять завдання перед наукою, остання дістає способи розв'язання потреб — проблем. На досягнення науки опирається будь-який вид творчості людини — літературна і технічна.

Наука, а точніше її результати і досягнення, можуть бути виражені як у літературній формі — шляхом запису чи опису, так і в формі створення технічного пристрою, обладнання, винаходу, корисної моделі, промислового зразка, селекційного досягнення тощо. Звідси і місце науки у творчій діяльності людини. В одних випадках результати наукових пошуків реалізуються у формі науково-літературного твору, в інших — науковий результат може досягатися шляхом наукового експерименту і реалізуватися у формі технічних пристроїв, обладнання, селекційного досягнення тощо.

**Для нас важливим є те, що творча діяльність у сфері мистецтва визнається інтелектуальною, а її результати — об'єктами правової охорони і, отже, об'єктами інтелектуальної власності.**

Найбільш поширеною формою інтелектуальної діяльності в гуманітарній сфері є літературна діяльність, результатом якої є твори науки і художньої літератури. **Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 11 липня 2001 р.** проголошує, що цим Законом охороняються твори науки, літератури і мистецтва. Як уже зазначалося, літературними визнаються твори, створені в письмовій формі. Це можуть бути твори белетристичного, наукового, технічного або практичного характеру (книги, брошури, статті, комп'ютерні програми тощо).

Більш ефективній міжнародній охороні результатів творчої діяльності сприяють багато інших міжнародних угод. Для координації їх діяльності з метою посилення міжнародного співробітництва у сфері інтелектуальної, творчої діяльності в 1967 р. у Стокгольмі була підписана Конвенція про утворення Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), яка набула чинності з 1970 р., а з 1974 р. одержала статус спеціалізованої установи Організації Об'єд­наних Націй. ВОІВ своїм завданням ставить:

* поліпшення взаєморозуміння і розвиток співробітництва між державами в інтересах їх взаємної користі на основі поваги до суверенітету і рівності;
* заохочення творчої діяльності, сприяння охороні інтелектуальної власності в усьому світі;
* модернізацію і підвищення ефективності адміністративної діяльності союзів договорів, створених у сфері охорони промислової власності, а також охорони літературних і художніх творів за умови повної поваги до самостійності кожного із союзів.

Конвенція про утворення ВОІВ у понятті «інтелектуальна власність» включає дві основні сфери прав:

1) промислову власність, що охоплює головним чином винаходи і товарні знаки;

2) авторське право, що стосується літературних, музичних, художніх і

аудіовізуальних творів.

**Поняття права інтелектуальної власності.** Термін «власність» щодо результатів творчої діяльності у законодавстві і спеціальній літературі використовується уже давно. Приклади із патентного закону Франції (1791 р.) і закону штату Масачусетс США (1789р.) свідчать про те, що результати творчої діяльності уже в ті часи визнавалися об'єктами власності і, отже, права власності.

**Поняття «інтелектуальна власність» має принаймні два основних значення: як цивільно-правовий інститут і як сукупність суб'єктивних прав творця на результат його творчої діяльності.**

**Право інтелектуальної власності у зазначенні цивільно-правового інституту — це сукупність правових норм, що регулюють суспільні відносини у сфері створення, оформлення, використання й охорони результатів інтелектуальної діяльності людей.**

**Суб'єктивне право інтелектуальної власності — це право його суб'єкта на володіння, користування і розпорядження належним йому відповідно до закону результатом інтелектуальної діяльності.**

Вище підкреслювалось, що власник результату творчості може ним володіти і володіє так само, як і звичайний власник. Але **особливість об'єкта інтелектуальної власності полягає в тому, що він має здатність до тиражування** і його копією можуть володіти треті особи яким належить право власності на носій результату інтелектуальної діяльності. Власники зазначених носіїв володіють результатом інтелектуальної власності від імені власника цього результату. Як відомо**, володіння може бути також двох видів** — володіння фактичного володільця чи власника і похідне володіння, що здійснюється від імені власника третіми особами.

**Щодо творів науки, літератури і мистецтва, то до їхнього опри­люднення** (опублікування, публічного виконання, публічного показу, публічної демонстрації, публічного сповіщення тощо) **володіння здійснюється їхніми авторами.** Ніхто інший цими творами без дозволу автора володіти не може. Фактичне володіння здійснює сам автор твору. Після опублікування твору чи оприлюднення іншим способом відповідно до його здатності до тиражування право володіння на копії цього твору переходить до невизначеного кола інших осіб. Але їх володіння — це володіння похідне, яке їм передає автор чи його правонаступник шляхом видачі дозволу на опублікування чи інше доведення твору до широкого загалу. В усіх інших випадках володіння твором буде неправомірним.

**Результати технічної творчості перебувають у виключному володінні авторів зазначених результатів до їх кваліфікації відповідним державним органом — в Україні Державним департаментом інтелектуальної власності, утвореним Указом Президента України «Про зміни у структурі центральних органів вищої виконавчої влади» від 15 грудня 1999 р. у складі Міністерства освіти і науки України.** Після кваліфікації пропозиції як винаходу, промислового зразка чи будь-якого іншого результату складається патентний опис Цього результату, що стає загальнодоступним. Описом будь-якого результату технічної творчості за невелику винагороду (збір) в принципі може володіти будь-яка особа. Це також буде похідне володіння сутністю самого технічного рішення, що здійснюється від імені автора чи його правонаступників. При цьому варто підкреслити, що володіти зазначеним рішенням можна, а використовувати — лише за дозволом автора чи його правонаступників.

Проте і серед технічних рішень є такі, якими володіє виключно сам його автор. Йдеться про секрети виробництва (ноу-хау). **Під ноу-хау слід розуміти знання та досвід науково-технічного, виробничого, організаційного, фінансового, торговельного чи іншого характеру, що, як правило, не є загальновідомими і придатні для використання в будь-якій сфері діяльності**. Деякі науковці до ноу-хау відносить «гіпотези, ідеї, факти та інші неохороноспроможні об'єкти, що мають наукове і технічне значення».

Ноу-хау не є загальновідомим, якщо зміст його не розкритий для невизначеного кола осіб настільки, що існує можливість його самостійного використання. **Отже, володільцем цієї інформації є завжди сам автор зазначеного секрету виробництва**. Він також може передавати його третім особам і тоді вони здійснюють володіння від імені автора.

З наведеного, на нашу думку, можна зробити висновок, що **твори літератури, науки і мистецтва, а також об'єкти промислової власності можуть бути у фактичному володінні автора. Автор позбавляється свого володіння лише тоді, коли твір гине, тобто перестає існувати фізично, або він уступає його іншим особам. На нашу думку, автор зберігає за собою володіння навіть тоді, коли твір, матеріалізований у певному носії, переходить до третіх осіб. Скульптура, картина, фотографія та інші подібні твори, якщо влас­никами їх є інші особи, ідеї, символи, бачення, світогляд, закладені в цих творах, завжди залишаються й у власності, й у володінні їх авторів.**

**Право користування об'єктами права інтелектуальної власності також належить власнику цього об'єкта чи його правонаступникам**. Воно полягає в тому, що суб'єкт цього права має законну підставу вилучати із належного йому результату інтелектуальної діяльності всі корисні якості, що може дати людині цей результат. Якщо йдеться про літературні чи художні твори, то їх, як правило, можуть використовувати шляхом випуску у світ, розмноження і в такий спосіб одержувати прибуток. Автор твору чи його правонаступники можуть також видавати дозвіл — ліцензію на використання зазначених творів іншими особами. Якщо ж йдеться про результати технічної творчості, то їх також можуть використовувати або сам автор цього досягнення, або спадкоємці, або за ліцензією автора інші особи. Використання винаходу чи інших результатів технічної творчості здійснюється, як правило, шляхом впровадження їх у виробництво. Внаслідок такого впровадження ефективність виробництва зростає і приносить певний прибуток власнику зазначеного результату. Безумовно, використання об'єктів інтелектуальної власності може мати місце в будь-який інший доцільний спосіб, що не суперечить чинному законодавству.

**Право розпорядження — це правомочність, яка також властива праву** **інтелектуальної власності. Вона полягає в тому, що суб'єкт права інтелектуальної власності має право визначити правову долю результату творчості, що належить йому**. Право розпорядження в суб'єктивному розумінні — це закріплена в нормах права можливість визначити юридичну чи фактичну долю майна. Такі правомочності, як володіння і користування, часто передаються власником іншим особам, які здійснюють зазначені правомочності від імені власника. Право розпорядження — це така правомочність, яку за загальним правилом здійснює особисто власник. Проте чинне законодавство передбачає винятки з цього загального правила, коли розпорядження майном здійснюють інші особи. Ці винятки стосуються і права інтелектуальної власності.

Ці загальні положення стосуються і права інтелектуальної власності. Власник може вчиняти будь-які цивільно-правові правочини, спрямовані як на використання об'єкта права власності, так і на розпорядження. **Так, відповідно до Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі»** право власності на винахід (корисну модель) засвідчується патентом.

Що стосується законодавства України про інтелектуальну власність, то воно містить певні розбіжності у визначенні цих понять. Одні закони визнають право власності на об'єкти науково-технічної творчості (**закони України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» та ін.**), інші — тільки виключне право на використання. Безумовно, така розбіжність в одній правовій системі неприпустима. Вона має бути усунена шляхом визнання права власності на всі результати інтелектуальної діяльності без винятку. Цей висновок можна обґрунтувати.

Кожний громадянин, не вдаючись до юридичних тонкощів, досить чітко уявляє, що таке право власності на річ чи майно, що належить йому. Будь-який автор також глибоко переконаний у тому, що його твір належить йому і нікому більше. Його не цікавлять ті юридичні положення, що визнають за ним лише будь-яке виключне право на використання. Він добре знає: те, що він створив, — це його. Він може ним розпоряджатися на свій розсуд. **Проте він не уявляє, що таке виключне право на використання і чим воно відрізняється від права власності**.

Національна академія наук України (НАН України) також висловилась проти надання спеціальної правової охорони науковим відкриттям. **Нині в Україні немає спеціальної правової охорони наукових відкриттів**. Проте самі наукові відкриття існували, існують і будуть існувати в майбутньому.

**Наукове відкриття — це встановлення закономірностей, властивостей і явищ матеріального світу**. До певної пори людина про ці, об'єктивно існуючі закономірності, властивості чи явища, просто не знала. Внаслідок, як правило, тривалих, копітких і дорогих науково-дослідних робіт зазначені закономірності, властивості та явища людиною виявляються, пізнаються, встановлюються. **Отже, на відміну від винаходу та інших технічних рішень, що втілюють ідею людини, наукові відкриття людиною не створюються, вони існують у природі незалежно від волі людини, а людиною лише пізнаються**. Цей процес вивчення навколишнього середовища, матеріального світу, людини почався як тільки з'явилася сама людина і буде продовжуватися, поки людина буде жити на землі. Відкриття не втрачають свого значення з плином часу, так само як не може зупинитися здійснення самого відкриття.

Світова традиція склалася таким чином, що наукові відкриття із-за їхньої надзвичайно великої цінності для всього людства не визнаються об'єктами будь-чийого монопольного або будь-якого іншого виключного права. Наукові відкриття — надбання всього людства і ними людство має користуватися безперешкодно. **Саме цим пояснюється та обставина, що майже всі правові системи не передбачають спеціальної правової охорони наукових відкриттів**.

**7.2 Оформлення прав на об’єкти інтелектуальної власності**

Таблиця 7.1

Документи на об’єкти інтелектуальної власності

|  |  |
| --- | --- |
| **Об’єкт інтелектуальної власності** | **Охоронний документ** |
| Комерційне найменування | Не видається (вказується в установчих документах) |
| Торговельна марка | Свідоцтво |
| Географічне зазначення походження товару | Свідоцтво |
| Компонування інтегральних мікросхем | Свідоцтво |
| Винахід | Патент |
| Корисна модель | Патент |
| Промисловий зразок | Патент |
| Селекційне досягнення | Патент |

**До засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг належать, як уже зазначалося:**

* комерційні найменування;
* торговельні марки;
* географічні зазначення походження товарів.

Першою особливістю є те, що **право інтелектуальної власності на торговельні марки та географічне зазначення походження товарів засвідчується не патентами, а свідоцтвами**. Особливість свідоцтва як охоронного документа полягає у тому, що свідоцтво засвідчує факт державної реєстрації об'єкта правової охорони. Сам факт державної реєстрації того чи іншого об'єкта відповідно до чинного законодавства України про інтелектуальну власність є підтвердженням того, що цей об'єкт підлягає правовій охороні. Можна сказати, що засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, торговельні марки, географічні зазначення походження товарів, що підлягають обов'язковій державній реєстрації, є об'єктами правової охорони у формі свідоцтв.

Є відмінності у складі заявки. За Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» заявка має стосуватися одного знака, складається українською мовою і повинна містити так документи:

1) заяву про реєстрацію знака;

2) зображення позначення, що заявляється;

3) перелік товарів і послуг, для яких заявник просить зареєструвати знак, згрупованих за Міжнародною класифікацією товарів і послуг для реєстрації знаків.

**Видача охоронного документа на об'єкт інтелектуальної власності.** Як уже підкреслювалося, не всі об'єкти інтелектуальної власності охороняються охоронними документами. **На об'єкти авторського права і об'єкти суміжних прав спеціальні охоронні документи не видаються. Правова охорона зазначених об'єктів виникає з моменту надання твору чи об'єкту суміжних прав об'єктивної форми.**

**Правова охорона інших результатів інтелектуальної діяльності здійснюється у формі патенту або свідоцтва**.

**Патентами охороняються:**

* винаходи,
* корисні моделі,
* промислові зразки,
* селекційні досягнення.

**Свідоцтва видаються на:**

* компонування інтегральних мікросхем,
* торговельних марок,
* на географічне зазначення походження товарів і послуг.

Результати інтелектуальної діяльності, **які для визнання їх об'єктами права інтелектуальної власності потребують перевірки заявлених пропозицій на патентоздатність**, охороняються патентами.

Отже, крім об'єктів авторського права і суміжних прав, на всі інші результати інтелектуальної діяльності видаються охоронні документи — патенти або свідоцтва. Завершальним етапом розгляду заявки в Установі є прийняття рішення щодо розглянутої заявки про видачу охоронного документа. На підставі прийнятого рішення Установа публікує у своєму офіційному бюлетені відомості про видачу патенту чи свідоцтва.

Відомості про видачу охоронного документа, що підлягають публікації, визначаються Установою.

**Видача патентів на об'єкти інтелектуальної власності.**

За чинним законодавством України про інтелектуальну власність патент можна визначити як охоронний документ, що засвідчує особисті немайнові і майнові права патентовласника на об'єкт інтелектуальної власності. **Патент — це техніко-юридичний документ, який засвідчує визнання заявленої пропозиції об'єктом інтелектуальної власності, авторство на цей об'єкт, пріоритет і право власності на зазначений об'єкт.**

Міжнародно-правова практика знає багато різновидів патентів на об'єкти промислової власності. Чинне законодавство України про інтелектуальну власність також передбачає кілька різновидів патентів. Зокрема, **Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» розрізняє такі види патентів:**

* патент на винахід — різновид патенту, що видається за результатами кваліфікаційної експертизи заявки на винахід (патент видається строком на 20 років). Відповідно до ст. 465 цього Закону строк чинності патенту на винахід може бути продовжений в установленому законом порядку щодо винаходу, використання якого потребує спеціальних випробувань та офіційного дозволу;
* деклараційний патент на винахід — різновид патенту, що видається за результатами формальної експертизи та експертизи на локальну новизну (видається строком на 6 років);
* деклараційний патент на корисну модель — різновид патенту, що видається за результатами формальної експертизи заявки на корисну модель (видається строком на 10 років);
* патент (деклараційний патент) на секретний винахід — різновид патенту, що видається на винахід, віднесений в установленому порядку до державної таємниці;
* деклараційний патент на секретну корисну модель — різновид патенту, що видається на корисну модель, віднесену до державної таємниці.

Іншими патентними законами встановлюється:

* патент на промисловий зразок — різновид патенту на об'єкт промислової власності, що видається за результатами формальної експертизи заявки на промисловий зразок строком на 15 років;
* патент на сорт — різновид патенту, що видається за результатами формальної експертизи і кваліфікаційної експертизи заявки на сорт.

Усі патенти, що видаються Установою на об'єкти промислової власності, мають чинність лише у межах України і протягом строку, визначеного законодавством.

**Свідоцтва на об'єкти інтелектуальної власності** видається Установою на:

* компонування інтегральних мікросхем,
* торговельні марки,
* географічне зазначення походження товарів.

Воно засвідчує факт державної реєстрації засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг, а також право інтелектуальної власності на компонування інтегральної мікросхеми і торговельних марок.

Свідоцтво на торговельну марку видається будь-якій особі, яка має право на її одержання, строком на 10 років. Проте Закон надає право власнику свідоцтва на торговельну марку продовжити чинність свідоцтва на кожні наступні 10 років після закінчення попередніх 10 років. Продовження чинності свідоцтва здійснюється Установою за клопотанням власника свідоцтва, що подається протягом останнього року його чинності. Порядок та умови продовження чинності свідоцтва на торговельну марку визначаються Установою.

Свідоцтво на компонування інтегральної мікросхеми — документ, що засвідчує факт реєстрації Установою зазначеного компонування і право інтелектуальної власності на неї. Строк чинності свідоцтва 10 років обчислюється від дати подання заявки до Установи або від дати першого використання компонування інтегральної мікросхеми, за умови, що від дати першого використання і дати подання заявки пройшло не більше двох років.

Свідоцтво на географічне зазначення походження товару — посвідчує право на кваліфіковане зазначення походження товару та (або) право особи на використання зареєстрованого географічного зазначення походження товару. Строк чинності свідоцтва на географічне зазначення походження товару обчислюється від дати подання заявки до Установи і дієбез обмеження строку.

**Охорона** прав інтелектуальної власності – визнання права ІВ.

**Захист** прав інтелектуальної власності – покарання за порушення права ІВ.

**Володіння** інтелектуальною власністю – відношення до об’єкту ІВ як до свого.

**7.3 Захист прав інтелектуальної власності**

Незважаючи на окремі недоліки системи **охорони прав** на інтелектуальну власність, що склалася в Україні, в цілому можна стверджувати, що зазначена система відповідає міжнародним стандартам і може забезпечити належну охорону прав на об'єкти інтелектуальної власності. Але такої оцінки не можна дати системі **захисту прав** інтелектуальної власності.

Проте на сьогодні маємо систему захисту права інтелектуальної власності за чинним законодавством України про інтелектуальну власність та загальними засадами захисту прав. У світовій практиці **захист права інтелектуальної власності прийнято поділяти на два види:**

* неюрисдикційний;
* юрисдикційний.

**Неюрисдик-ційний**

(позасудовий)

Адміністративно-правовий захист

Цивільно-правовий

захист

**Юрисдикційний**

(судовий):

Захист права інтелектуальної власності:

Кримінально-правовий захист

Рисунок 7.2 - Способи захисту права інтелектуальної власності.

**Неюрисдикційний спосіб захисту права інтелектуальної власності** характеризується тим, що це позасудовий захист, який здійснюється особою, право якої порушене, самостійно, але в межах закону.

Такі засоби захисту застосовуються досить рідко. Особа, право якої порушене, може:

* відмовитися від виконання певних дій, наприклад, відмовитися внести певні зміни до твору, що не були передбачені договором;
* відмовитися від виконання договору в цілому;
* опротестувати видачу патенту чи інших неправомірних дій.

Такі процедури передбачені законодавством багатьох країн і здійснюються самими патентними відомствами, які розглядають протести і приймають щодо них рішення. Вони також передбачають обов'язок порушника відшкодувати витрати на адвоката, чого раніше чинне законодавство не знало, а також відшкодування моральної шкоди, що раніше не було властивим нашому законо­давству.

Деякі закони як конкретні санкції за те чи інше порушення закону передбачають загальні цивільно-правові санкції:

* припинення дій, що порушують або створюють загрозу порушення його права, і відновлення становища, що існувало до порушення;
* стягнення завданих збитків, включаючи неодержані доходи;
* відшкодування моральної шкоди;
* вжиття інших передбачених законодавчими актами заходів, пов'язаних із захистом прав власника патенту.

Інші патентні закони взагалі **відсилають до норм цивільного права про відповідальність**.

Отже, цільної взаємоузгодженої системи норм про захист права інтелектуальної власності чинне законодавство України не містить. Істотним недоліком системи захисту інтелектуальної власності є також її занадто низька ефективність. Порушники права інтелектуальної власності не дуже бояться застосування до них встановлених чинним законодавством санкцій. Інколи доходи від неправомірного використання чужого твору чи об'єкта промислової власності перевищують встановлені санкції у сотні раз і з лихвою перекривають понесені витрати.

**Юрисдикційний захист права інтелектуальної власності** здійснюється у судовому порядку судами та іншими уповноваженими на це державними орга­нами. Сутність цього захисту полягає у тому, що суб'єкт права інтелектуальної власності, право якого порушене, звертається до належного державного органу за захистом, який у разі необхідності і надає такий захист.

У свою чергу **юрисдикційний спосіб захисту права інтелектуальної власності поділяється на окремі види:**

* цивільно-правовий;
* кримінально-правовий;
* адміністративно-правовий.

Юрисдикційний спосіб захисту права інтелектуальної власності здійснюється судами та іншими уповноваженими на це державними органами. Переважна більшість спорів з приводу авторського права і суміжних та патентних прав розглядаються судами загальної компетенції. Спеціалізованих судів Україна поки що не має.

**ЦК України передбачає дві групи норм щодо захисту права інте­лектуальної власності — загальні цивільно-правові норми і спеціальні, передбачені законами України про інтелектуальну власність**.

ЦК України передбачає захист цивільних прав у судовому порядку. Кожна особа має право звернутися до суду за захистом свого особистого чи майнового права або інтересу (ст. 161 ЦК України). Суд здійснює захист шляхом:

* визнання права;
* визнання правочину недійсним;
* припинення дій, що порушують право;
* відновлення становища, що існувало до порушення;
* примусового виконання обов'язків боржником у натурі;
* зміни правовідносин;
* припинення правовідношення;
* відшкодування збитків та інші майнові способи відшкодування;
* відшкодування моральної (немайнової) шкоди;
* визнання незаконними рішення, дії чи бездіяльності державного органу, органу влади Автономної Республіки Крим або органу місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб.

Суд здійснює захист цивільних прав та інтересів і іншими способами, передбаченими законом.

**Цивільно-правовий захист права інтелектуальної власності.**

Захисту права інтелектуальної власності на результати інтелектуальної діяльності новий ЦК України присвячує ст. 432, яка проголошує, що кожна особа має право звернутися до суду за захистом свого права інтелектуальної власності відповідно до ст. 16 цього Кодексу. **Суд у випадках і в порядку, встановлених законом, може постановити рішення, зокрема, про**:

* застосування негайних заходів щодо запобігання порушенню  
  права інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів;
* зупинення пропуску через митний кордон України товарів, імпорт чи експорт яких здійснюється з порушенням права інтелектуальної власності;
* вилучення з цивільного обороту товарів, виготовлених або введених у цивільний оборот з порушенням права інтелектуальної власності;
* вилучення з цивільного обороту матеріалів та знарядь, що використовувалися переважно для виготовлення товарів з порушенням права інтелектуальної власності;
* застосування разового грошового стягнення замість відшкодування збитків за неправомірне використання об'єкта права інтелектуальної власності. Розмір стягнення визначається відповідно до закону з урахуванням вини особи та інших обставин, що мають істотне значення;
* опублікування у засобах масової інформації відомостей про порушення права інтелектуальної власності та зміст судового рішення щодо такого порушення.

**Захист авторського права і суміжних прав .** Захист авторського права і суміжних прав встановлений Конституцією України, чинним Цивільним кодексом України, Законом України «Про авторське право і суміжні права» та іншими законодавчими і нормативними актами. У цілому створена цілісна система захисту авторського права і суміжних прав, яка, як уже зазначалося, не є бездоганною. Основу цієї системи, безперечно, складають ЦК України та Закон України «Про авторське право і суміжні права», зокрема його розділ V «Захист авторського права і суміжних прав». Згідно з цими законами порушенням авторського права і (або) суміжних прав, що дає **підстави для судового захисту**, є:

* вчинення будь-якою особою дій, що порушують особисті немайнові права суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав та їх майнові права;
* піратство у сфері авторського права і (або) суміжних прав —  
  опублікування, відтворення, ввезення на митну територію України,  
  вивезення з митної території України і розповсюдження контрафактних примірників творів (у тому числі комп'ютерних програм і баз даних), фонограм, відеограм і програм організацій мовлення;
* плагіат — оприлюднення (опублікування), повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору;
* ввезення на митну територію України без дозволу осіб, які мають авторське право і (або) суміжні права, примірників творів (у тому числі комп'ютерних програм і баз даних), фонограм, відеограм, програм мовлення;
* вчинення дій, що створюють загрозу порушення авторського права і (або) суміжних прав;
* будь-які дії для свідомого обходу технічних засобів захисту авторського права і (або) суміжних прав, зокрема виготовлення, розповсюдження, ввезення з метою розповсюдження і застосування засобів для такого обходу;
* підроблення, зміна чи вилучення інформації, зокрема в електронній формі, про управління правами без дозволу суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав чи особи, яка здійснює таке управління;
* розповсюдження, ввезення на митну територію України з метою розповсюдження, публічне сповіщення об'єктів авторського права і (або) суміжних прав, з яких без дозволу суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав вилучена чи змінена інформація про управління правами, зокрема в електронній формі.

**Цивільно-правовий захист патентних прав.** Захист патентних прав засобами цивільного права здійснюється передусім патентними законами України — «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про промислові зразки», «Про охорону прав на сорти рослин», «Про охорону прав на топографії інтег­ральних мікросхем» тощо.

**Патентні закони України не містять чіткого визначення порушення патентних прав**.

**При порушенні патентних прав власник патенту має право вимагати:**

* припинення дій, що порушують або створюють загрозу порушення його права, і відновлення становища, що існувало до порушення;
* стягнення завданих збитків, включаючи неодержані доходи;
* відшкодування моральної шкоди;
* вжиття інших передбачених законодавчими актами заходів, пов'язаних із захистом прав власника патенту.

Короткий огляд патентних законів щодо захисту прав на об'єкти промислової власності дає підставу зробити кілька висновків:

* Єдиної цільної системи захисту прав промислової власності чинні закони України не створюють. Існуюча система недосконала і малоефективна.
* Не вироблено єдиних санкцій за порушення патентних прав. Деякі закони відсилають до загальних цивільно-правових санкцій відповідальності за порушення патентних прав. Спеціальних засобів вони не встановлюють.
* Відшкодування моральної шкоди передбачене лише за порушення патентних прав на винаходи і корисні моделі та прав на сорти рослин.

**Захист прав на засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг.** Захист прав на торговельну марку здійснюється на підставі Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» зі змінами і доповненнями, внесеними Законом України «Про внесення змін до деяких законів України з питань інтелектуальної власності» від 21 грудня 2000 р. Особливістю захисту торговельної марки є обов'язок порушника усунути з товару, його упаковки незаконно використану марку або позначення, схожого з ним настільки, що їх можна сплутати. Власник свідоцтва має право також вимагати знищення виготовлених зображень марки або позначення, схожого з ним настільки, що їх можна сплутати.

**Кримінально-правовий захист права інтелектуальної власності.**

За Кримінальним кодексом України (далі — КК України), який набрав чинності з 1 вересня 2001 р., кримінально-правовий захист права інтелектуальної власності здійснюється статтями 176—177 цього Кодексу. Стаття 176 КК України присвячена захисту авторського права і суміжних прав. Вона має назву «Порушення авторського права і суміжних прав», до яких належать:

* незаконне відтворення, розповсюдження творів науки, літератури, мистецтва, комп'ютерних програм і баз даних;
* незаконне відтворення, розповсюдження виконань, фонограм і програм мовлення, їх незаконне тиражування та розповсюдження на аудіо- та відеокасетах, дискетах, інших носіях інформації;
* інше використання чужих творів, комп'ютерних програм і баз даних, об'єктів суміжних прав без дозволу осіб, які мають авторське право або суміжні права.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 11 липня 2001 р. відтворення будь-якого твору науки, літератури і мистецтва є одним із способів використання такого твору. Автору або іншій особі, яка має авторське право, належать виключні права на використання твору в будь-якій формі і будь-яким способом. Стаття 176 КК України встановлює відповідаль­ність не лише за відтворення творів науки, літератури і мистецтва, а й за їх розповсюдження у будь-якій формі і будь-яким способом.

До об'єктів кримінального посягання за цією статтею належать також комп'ютерні програми і бази даних.

Відповідальність за наведені кримінальні правопорушення настає за двох таких умов:

1) об'єкт авторського права чи суміжних прав, на який було звернуто посягання, охороняється законом;

2) якщо злочинні дії завдали матеріальної шкоди суб'єкту авторського права чи суміжних прав у великому або в особливо великому розмірі.

Стаття 176 КК України чітко визначає, що слід розуміти під цими поняттями. Матеріальна шкода вважається завданою у великому розмірі, якщо вартість примірників незаконно відтворених чи розповсюджених творів, матеріальних носіїв комп'ютерних носіїв інформації **у сто і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян**, є завданою в **особливо вели­кому розмірі — якщо їх вартість або сума доходу у тисячу** і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян.

**Адміністративно-правовий захист права інтелектуальної власності.**

Найменш ефективним способом захисту права інтелектуальної власності є адміністративно-правовий захист, — не систематизований і не упорядкований. Зазначений захист поширюється лише на окремі об'єкти права інтелектуальної власності. **Об'єкти авторського і суміжних прав взагалі не підлягають адміністративно-правовому захисту**.

Адміністративно-правовий захист з усіх об'єктів права інтелектуальної власності поширюється лише на сорти рослин. **Стаття 51Кодексу України про адміністративні правопорушення проголошує:** «Використання запатентованого сорту рослин без згоди власника патенту або під назвою, що відрізняється від назви, під якою його занесено до Державного реєстру сортів рослин України — спричиняє накладення штрафу на громадян від трьох до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб — від семи до п'ятнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян».

**Стаття 164 Кодексу України про адміністративні правопорушення** визначає другу групу дій, що спричиняють адміністративно-правову відповідальність. Перша частина цієї статті передбачає від­повідальність за три види адміністративних правопорушень:

* неправомірне використання комерційного найменування, торговельної марки або будь-якого маркування товару;
* неправомірне копіювання форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само імітація, копіювання, пряме відтворення товару іншого підприємця;
* самовільне використання імені іншого підприємця.

Зазначені адміністративні правопорушення спричиняють накладення штрафу від тридцяти до сорока чотирьох неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва і сировини чи без такої.

**Лекція 8**

**Формування інноваційного розвитку туристичної галузі**

**8.1 Особливості постіндустріального укладу та світові тенденції розвитку інноваційної діяльності**

**8.2 Стратегії забезпечення сталого розвитку туризму**

**8.3 Поняття «інвестиційно-інноваційна привабливість» туристичної галузі**

**8.1 Особливості постіндустріального господарського укладу**

**та світові тенденції розвитку інноваційної діяльності**

Світовий досвід свідчить, що характерною рисою економіки початку XXI ст. є **зростання частки послуг у виробленому продукті** за рахунок зростання ваги науково-технічних, фінансових, технологічних, транспортних та інших видів послуг, включаючи туристичні. Зміна суспільних потреб, видів економічної діяльності та їхніх взаємозв'язків, цінностей, які створюються в результаті такої діяльності, вимагає переосмислення і перегляду існуючих економічних категорій та сприяє виникненню нових. Такі зміни повинні знаходити відображення в системі наукових знань суспільства, якості його поінформованості про ті процеси, події, явища, які відбуваються сьогодні.

Однією із особливостей останнього періоду є виникнення постіндустріальних економічних систем, які є вищим рівнем організації господарства. Це стало можливим тільки в умовах глобалізації світової економіки і тільки в тих економічно розвинених країнах, які до цього часу були безумовними лідерами в науково-технічній та освітній сферах. Однією із характерних рис постіндустріального суспільства є гуманізація технологічного прогресу, його структури, спрямованість інтелектуальних та інженерних сил, відкриттів, винаходів та інновацій насамперед на задоволення потреб людини в екологічно чистому харчуванні, боротьбу з хворобами та зміцнення здоров'я, підвищення рівня освіти, збереження та збагачення культурного спадку в усьому його різноманітті.

Постіндустріальний господарський уклад передбачає, що основну частку свого багатства країна створює не за рахунок матеріального виробництва, а за рахунок виробництва нових знань (технологій, ноу-хау, способів організації діяльності, дизайну, проектування тощо) та реалізації цих знань у сферах виробництва, послуг. При цьому власні потреби в продукції матеріального виробництва постіндустріальні системи переважно задовольняють за рахунок кооперування з господарськими системами решти світу. З цих позицій важливою постає проблема щодо визначення інноваційних контурів розвитку сучасного світогосподарства та окремих його галузей, зокрема туризму.

Слід зазначити, що Україна одна з перших країн СНД, яка в 1995 р. прийняла Закон України «Про туризм», що відкрило перспективи розвитку галузі та намітило шляхи її модернізації. Про важливість державного регулювання діяльності підприємств туристичної сфери наголошується також у роботах українських науковців та практиків. Але поза увагою дослідників залишаються питання, пов'язані з визначенням впливу інноваційного чинника на розвиток індустрії туризму.

**Інноваційні контури** — це найбільш крупні, об'єднані функціональні сфери створення та економічного освоєння нових технологій, які мають високу соціально-економічну значущість, містять високий потенціал саморозвитку і сприяють інтеграції національних господарств у світову економіку.

**На сьогодні можна визначити такі світові тенденції розвитку інноваційної діяльності:**

- проблеми освоєння інноваційних технологій є ключовими для більшості розвинених країн;

- інтелектуальний продукт досліджень є першоосновою виробничих інновацій, формувався вид товару як результат інтелектуальної діяльності;

- розвивається ринок технологій і ліцензій;

- система охорони промислової діяльності є обов'язковим атрибутом розвинених держав;

- виробничо-технологічний сектор світової економіки та промисловість, особливо у сфері високих технологій, стають за своїм змістом глобальними;

- постійне зростання продуктивності праці, оскільки конкуренція сприяє нововведенням;

- посилення дії ринкових сил; зниження ступеня державного регулювання;

- подальша лібералізація світової торгівлі, розвиток практики зарубіжних інвестицій та міжнародного обміну технологіями;

- інтеграція зростаючої кількості країн, у тому числі й тих, що мають великі внутрішні ринки, в світову економіку;

- розробка високих технологій, виробництво на їхній основі високотехнологічної продукції (товарів, послуг), вихід з нею на світові ринки, розширення міжнародної інтеграції в цій сфері стали для більшості промислово розвинутих країн Західної Європи, США, Японії та країн Південно-Східної Азії важливою стратегічною моделлю і «локомотивом» економічного росту;

- найбільш актуальна тематика наукових досліджень представлена розробками у сфері інформаційних технологій (ІТ) та захисту навколишнього се­родовища;

- важливе місце відведено дослідженням у сфері живої матерії, включаючи медичну тематику, і технологіям розробки альтернативних джерел енергії та енергозбереження;

- тематика, що отримала ранг найбільшої пріоритетності, останнім часом пов'язана із розв'язанням таких проблем: штучного інтелекту, нанотехнологій та мікромашин, використанням сонячної енергії, глибинної переробки відходів; прогрес у технологіях переробки інформації, системах телекомунікацій та фінансових технологій веде за собою формування єдиного світового ринку товарів, капіталу та праці.

При цьому потрібно враховувати той факт, що наявність даних тенденцій не може автоматично привести до широкого розповсюдження в економіці України наукоємного виробництва та високих технологій. Для цього необхідні створення та всебічна підтримка механізму науково-технологічного розвитку як системи взаємовідносин між державою, науково-технологічною сферою та ринковими силами, покликаних забезпечити постійне вдосконалення та оновлення технологічної бази виробництва.

**Становище країни в геополітичній конкуренції в XXI ст. визначає:** освіта і здоров'я населення, розвиток науки, можливості інформаційного середовища, розвиток ключових виробничо-технологічних систем новітнього технопогічного укладу, здатність господарського механізму генерувати високу інноваційну активність, стан системи освіти і охорони здоров'я.

На відміну від індустріального суспільства, де ключовим інститутом є фірма, **у постіндустріальному суспільстві основним елементом і рушієм соціально-економічного прогресу стають наукові установи**, які виконують провідну роль джерела інновацій. Тому у період переходу до інноваційного розвитку економіки України на перший план виходить проблема не просто дослідження та засвоєння реальних механізмів здобуття нового знання та його перетворення в технологічні нововведення як основу структурної трансформації економіки. З погляду довгострокового росту соціально-економічних, культурних, творчих стандартів суспільства, потрібно розглядати не стільки суто економічну політику, скільки весь зміст політики уряду, спрямованої на розвиток творчих здібностей людей, принципи політичної організації суспільства тощо.

**Технологічний прогрес вже давно перетворився в третій (поряд з працею та капіталом) основний чинник економічного зростання і підвищення добробуту людства.** В 40-60-х рр. ця думка знайшла відображення в економічній теорії, створеній науковцями Я. Тинбергеном, Р. Солоу, Дж. Хіксом та іншими. Завдяки появі нових моделей економічного зростання з ендогенним (генерованим із середини системи ) технологічним прогресом, в 90-х роках XX ст. це питання викликало ще більшу зацікавленість. Характерною особливістю нових моделей є те, що розвиваючи ранні ідеї К. Ерроу та X. Узави про економічну роль навчання в процесі виробництва, їх автори вводять у виробничу функцію в тій чи іншій формі додаткову змінну - людський капітал, тобто обсяг наукових знань і практичного досвіду, накопичених у процесі навчання і безпосередньої виробничої діяльності.

Але слід зазначити, що позитивний взаємозв'язок «науково-технічний прогрес - економічне зростання» проявляє суперечливі тенденції і не завжди може підтверджуватися статистикою. Так, офіційно зареєстровані темпи еко­номічного зростання в розвинених країнах знизились у 70-ті, 80-ті і на початку 90-х рр., порівняно з 60-тими, хоча це зниження виникло на фоні найбільшого технологічного злету. Окрім того, суттєво уповільнилась динаміка про­дуктивності праці, показників, які найбільш точно відображають динаміку науково-технічного прогресу (НТП). В той же час дослідження показують, що висновок щодо уповільнення економічного зростання обумовлене уповільненням НТП, не знайшов підтвердження: розширилися масштаби сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), виникли нові революційні технології та нові наукоємні галузі. Неокласичне трактування чинників економічного зростання не змогло запропонувати економічну модель для пояснення цих реальних процесів, тому уповільнення динаміки продуктивності праці було оголошено парадоксом. Особливо чітко цей парадокс проявився у зв'язку із розповсюдженням інформаційних технологій. І хоч більшість дослідників високо оцінили вплив ІТ на конкурентоспроможність та зниження витрат, неможливо було виявити чіткий взаємозв'язок між швидко зростаючими інвестиціями в ІТ та динамікою продуктивності в галузях господарства, які використовують ці технології.

Однак, визначальним може стати внесок компаній «нової економіки» у підвищення ефективності компаній старої економіки, тому що Інтернет робить економічну діяльність більш прозорою, надаючи продавцям і покупцям однаковий доступ до інформації про всі види діяльності, сприяючи зниженню транзакційних витрат та зменшуючи розміри вхідних бар'єрів в усіх галузях. Таким чи­ном, нова економіка наближає рух всієї економіки до розвитку за класичними моделями досконалої конкуренції. Це засвідчують дані про ефективність елект­ронної торгівлі: зниження рівня оптових та роздрібних цін на низку товарів, що купуються через Інтернет, порівняно з цінами у звичайних магазинах або на складах; зменшення вартості банківських послуг (зняття грошей із рахунку за допомогою банківського службовця обходиться в середньому в 1,27 дол. СІЛА, з використанням банкомату - 0,01 дол. США); електронна комерція дозволяє компаніям знижувати витрати у сфері матеріально-технічного постачання та розміри запасів, підвищувати ефективність управління виробництвом.

Наявність різних підходів до оцінки вкладу НТП в економічне зростання, ненадійність сучасних статистичних методів вимірювання, складність та неоднозначність інтерпретації взаємозв'язків НТП з економічним ростом в умовах розповсюдження інформаційних технологій робить проблематичним дов­гострокове прогнозування тенденцій у цій сфері.

Переорієнтація багатьох напрямів НТП на розв'язання екологічних, медичних та інших соціальних завдань призведе не до зниження його економічної віддачі в найбільш розвинених країнах, а скоріше до того, що значення цієї віддачі стане для них менш важливим, ніж розв'язання інших неекономічних проблем науково-технічними засобами. Окрім того, слід очікувати збільшення вкладу НТП в економічне зростання для країн-аутсайдерів світового технологічного розвитку. Тенденції міждержавного та міжрегіонального вирівнювання відмінностей у технологічному рівні розповсюджуються на більшість азіатських країн, охоплюють латиноамериканський регіон та країни Східної Європи, що призводить до посилення ролі НТП у світовому економічному розвиткові.

Епохальною інновацією першої половини XXI ст. стає передбачена П. Сорокіним трансформація чуттєвого соціокультурного устрою та ідеаціонального (надчуттєвого) устрою в інтегральний устрій, однією із характерних рис якого є наукове та естетичне сприйняття світу, які доповнюють один одного, допо­магаючи зрозуміти глибинні закони розвитку і гармонізації довкілля. Відтворю­ється значення культури, яка сприймає накопичену попередніми поколіннями культурну спадщину у її національному, етнічному та культурному різноманітті.

Відповіддю на виклики нової історичної епохи стає цикл інновацій, котрі перетворять структуру суспільства і результатом якого буде становлення гуманістично-ноосферної цивілізації. Цьому буде сприяти перехід до суспільства знань, становлення ноосфери, що відкриє нові простори і можливості для дії колективного розуму на процеси в природі та суспільстві і ефективної відповіді на нові загрози та застереження негативних тенденцій. Щодо України, то характерними рисами її сучасних соціально-економічних відносин є динамічний розвиток національної економіки, реформування відносин власності, модернізація економіки та її інтеграція у світову економіку.

Важливе значення для країни та її населення мають інновації у споживчому секторі економіки, який слугує задоволенню потреб населення в товарах та послугах. Саме тут проявляється соціально-економічна ефективність госпо­дарської та інноваційної діяльності, її кінцевий результат.

**8.2. Стратегії забезпечення сталого розвитку туризму.**

В рамках концепції сталого розвитку забезпечується рівновага між соціально-економічними та природними складовими туризму. **Особливість концепції сталого розвитку туризму полягає в тому, що вона обґрунтовує процес досягнення економічних цілей одночасно із забезпеченням базового рівня якості життя для всіх людей і водночас захистом екосистем та спільнот.** Стосовно діяльності туристичних підприємств, концепція сталого розвитку має забезпечити довгострокове стимулювання добробуту суспільства, подальший соціально-економічний розвиток без порушень природних умов існування людини.

Для забезпечення сталого розвитку туризму пропонується посилити **стійкість туристичних підприємств** до негативних впливів зовнішнього середовища за допомогою таких заходів:

* створення кластерних структур в туристичній галузі за участю підприємств, здатних розробляти техніку і технології відновлення природного середовища;
* активізація інноваційної діяльності в розробці туристичних продуктів;
* дотримання поетапності при розбудові туристичних центрів від малих до великих туристичних підприємств;
* використання переважно внутрішніх джерел фінансування;
* забезпечення екологічності турпродукту і самої інфраструктури туристичного центру;
* прагнення до всесезонності роботи як підприємств туристичної галузі, так і забезпечуючої інфраструктури через формування різноманітного набору видів туристичних послуг.

**Інноваційними стратегіями сталого розвитку,** які на нашу думку доцільно покласти в основу розбудови галузі туризму, **є стратегії циркулярності, кооперації та синергізму**.

**Стратегія циркулярності передбачає** мінімізацію відходів і скорочення навантаження на природу за допомогою формування між туристичними підприємствами кругообігу потоків сировини і відходів, який поставлений у відповідність з асимілюючим потенціалом природи.

**Стратегія кооперації полягає** в узгодженому скороченні негативного впливу на стан природного середовища з боку підприємств, що кооперуються між собою в створенні туристичного центру.

**Стратегія синергізму стосовно туристичної галузі** передбачає наявність конкурентної переваги за рахунок спільного освоєння і використання різними організаціями та підприємствами ресурсів, ринкової інфраструктури чи сфер діяльності. Значення цієї стратегії полягає в тому, що вона допомагає досягнути більш суттєвих результатів (прибуток, показники росту, соціальний ефект) при взаємодії організацій, ніж у ситуації, коли вони працюють окремо. Найбільш повно стратегія синергізму проявляється саме у кластерній формі взаємодії підприємств. Учасники кластерів отримують численні переваги саме від об’єднання і співпраці на певній території, не втрачаючи при цьому своєї самостійності. Вони здобувають конкурентні переваги внаслідок колективної діяльності.

**Синергетичні ефекти** виникають в результаті консолідації зусиль багатьох суб’єктів господарювання. Стратегія синергізму – це стратегія отримання конкурентних переваг за рахунок поєднання ресурсів двох або більшого числа підприємств для досягнення спільної мети. Використання синергетичної теорії у менеджменті сталого розвитку доводять перспективність застосування концепції маркетингу взаємодій як комплексу взаємовигідних контактів, що забезпечують задоволення інтересів і потреб всіх ринкових партнерів підприємства та виникнення внаслідок цього синергетичного ефекту між ними.

**Кластери** є однією із перспективних форм взаємодії між підприємствами, які беруть участь у розбудові туристичної галузі. Кластерами в туризмі є географічно сконцентровані групи взаємозалежних туристичних підприємств, постачальників послуг та фірм у суміжних галузях, які об’єдналися з метою отримання прибутку.

Дані стратегії дозволяють у вирішенні екологічних проблем вийти за межі можливостей і ресурсів окремих підприємств, використовуючи переваги концентрації і централізації, включаючи регіональну і міжгалузеву. Стратегії циркулярності і кооперації орієнтовані на узгодження і гнучке вирішення екологічних проблем групою підприємств. Ці стратегії демонструють можливість вироблення і реалізації узгодженої екологічної стратегії декількома відособленими економічно і організаційно підприємствами з формуванням на їх базі екологічно орієнтованої туристичної мережі.

**Забезпечення сталого розвитку туризму дозволяє досягти головної стратегічної мети діяльності вітчизняних туристичних підприємств - забезпечення конкурентних переваг свого туристичного продукту. Конкурентна перевага туристичного продукту – це те, що відрізняє його від продуктів-аналогів і забезпечує стійке положення на міжнародному ринку.** Конкурентні переваги пов’язані або з якісними характеристиками туристичних послуг або з більш низькими цінами на ці послуги, що узгоджується з прийнятою ринковою стратегією.

**8.3 Поняття «інвестиційно-інноваційна привабливість»**

**туристичної галузі**

**Інвестиційно-інноваційна привабливість – це суб’єктивна оцінка інвесторами об’єктивних особливостей і показників держави, галузі, регіону чи підприємства щодо можливості задоволення інтересів та досягнення цілей інвестора, на основі якої приймається рішення про вкладення коштів (активів) і впровадження проектів з розробки та комерційного використання інновацій.**

Часто інвестор цікавиться показниками діяльності підприємства тільки після того, як країна, регіон та галузь даної фірми визначені достатньо привабливими в інвестиційному плані. І навпаки – навіть інвестиційно привабливий проект може бути відхилений через незадовільну оцінку регіону чи галузі. Даний висновок необхідно враховувати при потребі залучення інвестицій на усіх рівнях економічної системи і якщо якийсь із рівнів справляє небажаний вплив на інвестиційну привабливість решти, слід вживати заходів щодо нівелювання цього негативного впливу. Запропонуємо власне бачення факторів оцінки інвестиційної привабливості туристичної галузі з урахуванням зроблених вище висновків та позицій інших дослідників. Систематизуючи наведені підходи, **можна виділити кілька основних напрямків аналізу інвестиційної привабливості незалежно від рівня об’єкта:**

**Обсяги ринку збуту:**

* фактична кількість туристів;
* обсяги платоспроможного попиту;
* очікувана зміна кількості туристів, пов’язана із зміною рівня доходів у суспільстві;
* резерви зростання попиту на туристичні послуги за рахунок поширення інформації за кордоном;
* резерви переорієнтації виїзного туристопотоку на внутрішній ринок туристичних послуг.

**Забезпеченість туристичної галузі ресурсами:**

Матеріальними:

* наявність закладів проживання, харчування та лікування та їх комплектація;
* наявність атракціонів, екскурсійних програм та засобів, сувенірного ринку;
* забезпечення підприємств оборотними коштами.

Природними та антропогенними туристичними об’єктами:

* наявність природних об’єктів для відпочинку та оздоровлення людей;
* наявність об’єктів антропогенного характеру (історичних пам’яток, музеїв, цікавих технологічних об’єктів тощо);
* рівень витрат, необхідних для збереження та відновлення названих об’єктів.

Трудовими:

* наявність персоналу, що відповідає вимогам туристичної галузі;
* рівень заробітної плати;
* тенденції розвитку демографічної ситуації в регіоні та перспективи залучення трудових ресурсів.

Іміджевими:

* можливість використання переваг території, що стійко асоціюється в уявленні споживачів із відпочинком чи оздоровленням;
* можливості покращення іміджу території як рекреаційно-курортної зони.

**Рівень розвитку інфраструктури:**

* кількість та можливості підприємств транспорту та зв’язку, наявність шляхів та комунікацій;
* граничний рівень навантаження на житлово-комунальне господарство;
* рівень фінансових послуг як для туристичних підприємств так і для туристів;
* розвиток оптової та роздрібної торгівлі;
* наявність інших підприємств та установ, що задовольняють потреби туристичних підприємств та туристів.

**Рівень віддачі від вкладених інвестицій:**

* середня норма рентабельності в галузі;
* можливості вилучення прибутку інвесторами;
* інші фактори, що впливають на досягнення інвестором поставленої мети.

**Ризики інвестування:**

* стабільність політичної, економічної ситуації в країні (регіоні), стабільність законодавства;
* наявність гарантій прав інвесторів;
* імовірність та величина специфічних ризиків окремих проектів та підприємств.

**Наявність інвестиційних преференцій:**

* податкові пільги та пільгові режими кредитування;
* спрощені процедури реєстрації, ліцензування, отримання дозволів тощо;
* наявність та напрямки діяльності урядових установ сприяння розвитку туристичних фірм.

**Потенціал у створенні інновацій:**

* законодавче забезпечення інноваційної діяльності;
* система фінансування інноваційної діяльності;
* інноваційна інфраструктура, тобто наявність та технічних рівень установ, що створюють інновації;
* людський потенціал у розробці інновацій.

**Готовність до сприйняття інновацій:**

* організаційний рівень менеджменту туристичних підприємств;
* рівень консервативності та інерційності суспільства по відношенню до нововведень;
* середній розмір туристичних підприємств та вік менеджерів (як вищого керівництва, так і керівників середньої та нижньої ланки);
* рівень корпоративної культури на підприємствах галузі та економічні інтереси впливових груп.

Таким чином, ми визначили 8 основних напрямків оцінки інвестиційно-інноваційної привабливості. Слід зауважити, що кожен із них необхідно розглядати не тільки з позицій актуальної ситуації, а й враховуючи перспективи її розвитку.

Наведений перелік факторів, можливо, має дискусійний характер, проте дозволяє констатувати ключову роль менеджменту у подоланні інерційності організації та підготовці її до запровадження інновацій. Зовнішніми характеристиками готовності організації до сприйняття інновацій є її розмір (чим більша організація, тим більш вона інерційна) та вік менеджерів на всіх рівнях (старші люди, як правило, більш консервативні).

Решта віднесених до впливу держави факторів залежить як від зусиль уряду, так і від активної позиції суб’єктів господарювання, а відповідальність за їх поліпшення повинна бути певним чином розподілена між державою та приватним сектором. Ті ж із параметрів інвестиційно-інноваційного середовища, що не віднесені нами до сфери впливу держави, лежать переважно у площині інтересів самих суб’єктів господарювання і функції уряду доцільно обмежити загальним регулюванням та стимулюванням без перекладання на бюджет значного тягаря фінансування відповідних видатків.

**Лекція 9**

**Роль і місце туристичних послуг у новій економіці**

**9.1 Споживчий сектор як основна рушійна сила нової економіки**

**9.2 Планування науково-технологічної роботи туристичної компанії**

**9.3 Застосовування інструментів інноваційного маркетингу і менеджменту туристичними компаніями**

**9.1 Споживчий сектор як основна рушійна сила нової економіки**

**Проведені науковцями дослідження дозволяють виявити певні закономірності розвитку споживчого сектору:**

* він відіграє провідну роль у структурі економіки - забезпечує відтворення людського капіталу і споживає основну частину ВВП;
* у ньому відображається взаємодія всіх рівнів відтворення, галузей економіки, форм власності, ринкового і неринкового секторів економіки;
* цей сектор став першоджерелом економічного зростання, розширеного відтворення;
* динаміка споживчого сектору здійснюється нерівномірно, циклічно: періоди швидкого зростання змінюються періодами стагнації і навіть скороченням під час економічної кризи та природних катаклізмів;
* він є першоджерелом інноваційного оновлення економіки;
* спадковий генотип споживчого сектору є стійким, зберігається протягом тисячоліть, постійно розширюючись від покоління до покоління;
* здатний модифікуватися при зміні технологічних та економічних засобів виробництва, технологічних укладів, поколінь техніки та технологій;
* у ньому здійснюється інтенсивний відбір товарів і послуг.

**При прогнозуванні і визначенні інноваційної стратегії розвитку туризму, проведенні маркетингових досліджень ринку туристичних послуг необхідно враховувати як дію вищеназваних закономірностей розвитку споживчого ринку**, так і тенденції його інноваційного оновлення, а саме — характеристику трьох хвиль базових інновацій в XX ст., які радикально змінили структуру ринку та пов'язані із засвоєнням і розповсюдженням технологічних укладів. Дані хвилі чітко виражені в країнах Заходу та в Японії.

У зв'язку з цим, слід зазначити, що початок бурхливого розвитку індустрії туризму припадає на третю хвилю базових інновацій – 80 — 90-і роки XX ст. і пов'язаний він із освоєнням п'ятого технологічного укладу (домашні комп'ютери, Інтернет, мобільний зв'язок, біотехнології, генетично модифіковані про­дукти, лікарські препарати, розвиток туристичних послуг).

Туристично-рекреаційна сфера як важлива складова національної економіки, набуває все більшого значення та швидко інтегрується у світову турис­тичну індустрію. Її розвиток впливає на таю сфери економіки як транспорт, сільське господарство, торгівля, зв'язок, будівництво і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної переорієнтації економіки. Збільшення ролі туризму в житті сучасного суспільства пов'язано з перерозподілом виробництва, перенасиченням ринку товарами повсякденного попиту, підвищенням рівня життя населення, чітким виділенням середнього класу суспільства і вивільненням у населення часу, який можна витратити на дозвілля. Світова індустрія туризму знаходиться сьогодні на підйомі, впевнено наближаючись до цифри 1 млрд. дол. США прибутку на рік. **А зацікавленість країн у розвитку туризму пов'язана з такими його специфічними особливостями, як:**

* менша, порівняно із сучасними промисловими галузями, капіталоємність;
* здатність забезпечувати нові робочі місця, підвищуючи зайнятість населення;
* задовільний вплив на економіку регіонів; приток іноземної валюти і, відповідно, задовільний вплив на сальдо платіжного балансу та інше.

Туризм став частиною стилю життя біль ніж третини людства і участь в туристичному процесі можна розглядати як складову суспільного життя. У той же час існують деякі причини відставання та недосконалого функціонування туристичної галузі в Україні, серед яких: відсутність механізмів регулювання українського ринку туристичних послуг, застосування різних форм стимулювання туристичної діяльності суб'єктів підприємництва, відсутність програм розвитку окремих туристично-рекреаційних комплексів. Дослідження практики роботи туристичних компаній показує, що основними перешкодами для інновацій у туристичному бізнесі є небажання знизити опір інноваціям всередині самих організацій та непорушність комунікаційних бар'єрів між вченими, які зайняті в дослідницькому процесі та управлінцями.

Для організацій у сфері туризму продуктова інновація є визначальною і часто первинною, яка викликає в циклі інноваційних перетворень необхідність проведення технологічних та інших нововведень. Продуктова інновація - нова продукція, яка споживається у сфері виробництва (у вигляді засобів праці) або у сфері споживання (як предмет споживання чи праці). **Слід виділити два основні типи інновацій, які відносять до туристичної сфери:**

1) поліпшуючі, при яких проходить оновлення окремих параметрів туристичного продукту, не змінюючи його сутності;

2) проривні, які спричиняють перехід на новий, більш високий рівень розробки і виробництва.

**Інноваційність турпродукту надає йому додаткову цінність** в очах споживачів, оскільки додаткові споживчі властивості, які відповідають очікуванням споживачів, стають важливим ціновим чинником, здатним принести додаткову вигоду бізнесу, котрий випускає даний продукт на ринок.

**До потреб, які повинен задовольнити турпродукт завдяки своїм додатковим споживчим властивостям, відносять:**

* можливість демонстраційного споживання;
* орієнтація на комфортність;
* прагнення до економії часу;
* бажання індивідуалізувати споживання;
* потреби в безпеці споживання.

Із вищенаведеного випливає, що **критеріями успіху інновацій у туризмі, є:**

* необхідність співробітництва вчених та керівництва туристичних компаній у процесі розробки і впровадження інновацій та об'єктивний відбір інноваційних програм;
* ефективна кадрова політика;
* готовність до практичного використання інновацій.

**9.2 Планування науково-технологічної роботи туристичної компанії**

**Обов'язковою складовою успіху в діяльності туристичної компанії** має бути також процес планування науково-технологічної роботи, який повинен включати:

* встановлення конкретних цілей наукових досліджень;
* узгодження їх організації з головними довгостроковими технологічними небезпеками та перспективами;
* розробка загальної ділової стратегії, частиною якої є наукові дослід­ження;
* розробка процедури оцінки науково-дослідницьких проектів у світлі цілей та можливостей компанії;
* організація наукових досліджень і виробництва таким чином, щоб за­безпечити максимальне переміщення технології із сфери наукових досліджень у практику.

**Важливе місце в розробці інноваційної стратегії має належати вибору інноваційних пріоритетів, які дозволять сконцентрувати ресурси на найбільш важливих стратегічних напрямках діяльності.** При цьому потрібно **вивчати динаміку інноваційних процесів в оточуючому середовищі** за наступними напрямками:

**1. Вивчення рушійної сили інноваційного процесу - туристського попиту населення,** який постійно змінюється, та його факторів - природно-географічних, соціально-економічних, демографічних, геополітичних, медико-біологічних, соціально-психологічних тощо.

Це потребує залучення величезного обсягу інформації, насамперед у вигляді маркетингових досліджень, які передбачають масове опитування населення й фіксацію змін у туристичних потребах, мотиваціях мандрів, стереотипах поведінки туристів.

Наприклад, на межі XX та XXI століть простежується тенденція зміни стандартного масового туризму більш гнучкими індивідуалізованими формами подорожей, які пов'язані з пізнанням природи і культури країн світу. Проведені в США дослідження показали, що якщо у 20% респондентів головним мотивом туристичної подорожі є традиційна «погоня за сонцем», тобто відрядження до країн тропічного і субтропічного поясів з купально-пляжними туристичними пропозиціями, то 40% потенційих туристів намагаються подорожувати для «збагачення життя». Тобто, перспективнішими в найближчий час стають пропозиції туристично-пізнавального і розважального типу.

Аналіз різночасової динаміки туристичних прибуттів і валютних надходжень в розрізі країн, туристських регіонів і окремих центрів дає змогу визначити географічні особливості старіння туристичного продукту, який, у свою чергу, потребує проведення адекватної інноваційної політики. Зокрема, загальносвітовою тенденцією в староосвоєних туристсько-рекреаційних районах є послаблення лікувальних функцій курортів і посилення розважально-оздоровчої спеціалізації.

**2.** **Вивчення якості рекреаційного середовища країн і регіонів**. Погіршення екологічної ситуації внаслідок урбанізації, індустріалізації та нераціонального природокористування часто є стимулом для розроблення і впровадження нових форм рекреаційного ресурсо- і середовищекористування. Констатація і географічний аналіз численних фактів негативного впливу туризму на стан природних комплексів та їхню здатність до відтворення зумовили необхідність появи нових екологічних технологій обслуговування туристів.

**3. Визначення рівня конкурентної боротьби на світовому ринку туристичних послуг**. Для її оцінки необхідне залучення просторової макроекономічної інформації, у тому числі даних щодо рівня монополізації туристичних ринків окремих країн і регіонів. Інноваційні технології розвиваються головним чином на ринках з високо-конкурентним середовищем і спрямовані на зміни конкурентних позицій суб'єктів ринку.

**4. Оцінка рівня науково-дослідних робіт в туристичній галузі.** Вона передбачає моніторинг інновацій в розрізі країн, регіонів, туроператорів із залученням даних рекламної інформації. Для набуття передового досвіду доцільно проводити аналітичні дослідження науково-методичних і довідкових бібліографічних видань, дисертаційних праць фахівців (опис нових концепцій, ноу-хау, експертних оцінок, результатів впровадження нових технологій обслуговування тощо).

Передумовою для інформаційних інновацій в туризмі є також посилення інформаційних потоків і у підсистемах «турист-турфірма», «турфірма-органи управління», «турфірма-об'єкти індустрії туризму». Значний обсяг цієї інформації систематизується, обробляється та інтерпретується в сучасних геоінформаційних системах.

**5. Оцінка інноваційного потенціалу розвитку туризму.** Збір і аналіз інформації щодо територіальної структури туристично-рекреаційних, матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних та інших ресурсів країни або регіону, спроможних забезпечити інноваційне піднесення туристичної активності.

Наприклад, при оцінюванні інноваційного потенціалу туристсько-рекреаційних ресурсів важливо знати не тільки їх обсяг і якість, а й тип і ступінь реальної експлуатації з метою подальшої актуалізації резервів і можливої зміни старих форм та засобів ресурсокористування новими, ефективнішими формами. В районах з бідними туристськими ресурсами інноваціями можуть стати залу­чення до туристичних програм низки нестандартних об'єктів (наприклад, промислових і військових об'єктів у техногенному туризмі), штучне створення ресурсів і рекреаційного середовища в цілому, яке надає нові можливості регіонального розвитку чи значно розширює рекреаційну ємність території (аквапарки, тематичні парки, розважальні центри і т.п.).

При оцінюванні проблем і перспектив використання інноваційного потенціалу туристських регіонів важливо виявити територіальний розподіл інноваційних пропозицій суб'єктів ринку і управлінських структур. Головними показниками є кількість апробованих інновацій за певний відрізок часу, частка інновацій в пропозиціях туроператорів, обсяг міжнародного трансферу туристських інновацій.

**6. Обґрунтування концепції інноваційної діяльності в країні та регіоні.** Пошук пріоритетних напрямків туристичного розвитку регіону має базуватись:

* по-перше, на загальносвітових інноваційних тенденціях;
* по-друге, на досягнутому рівні туристсько-рекреаційного розвитку країни або регіону, національних особливостях і традиціях виробництва та споживання туристичних послуг;
* по-третє, на інноваційному потенціалі окремих регіонів країни з ура­хуванням негативних чинників і умов.

Опрацювання національних і регіональних концепцій інноваційного розвитку туризму є необхідною основою для інвестиційних проектів. З точки зору територіального управління туристськими інноваціями в країні можуть бути реалізовані інноваційні моделі різного типу: централізованого, локальної концетрації й використання інноваційного потенціалу, єдиного інноваційного простору групи країн, міжнародної інтеграції в інноваційній сфері.

**9.3 Застосовування інструментів інноваційного маркетингу**

**і менеджменту туристичними компаніями**

Досліджуючи стан розвитку туризму в Україні, доходимо висновку, що стратегічним інноваційним пріоритетом у даній сфері має бути технологічне перетворення внутрішнього та міжнародного туризму, яке забезпечить більш повне використання вітчизняного туристичного потенціалу і притік коштів для соціокультурної сфери та розвитку регіонів.

**Потрібна довгострокова цільова державна інноваційна програма та відповідні регіональні програми щодо модернізації технологічної бази міжнародного і внутрішнього туризму**, виконання якої дозволить:

* побудувати чи модернізувати мережу готелів, ресторанів;
* розвивати туристично-транспортні маршрути;
* розбудувати річковий туристичний флот;
* забезпечити маршрути сучасними засобами зв'язку, транспортного об­слуговування;
* поліпшити якість доріг та дорожнього сервісу для автотуристів;
* підвищити безпеку перебування іноземних туристів у країні;
* створити портали і сайти Інтернету, мультимедійні диски туристичних маршрутів, культурно-історичних центрів, природних ландшафтів, заповідників та інше.

**Одним із стратегічних напрямів розвитку туристичної сфери України є формування туристично-рекреаційного комплексу регіонів**. Нагадаємо, що туристично-рекреаційний комплекс об'єднує систему туристично-рекреаційних закладів, обслуговуючих їх підприємств інфраструктури та інших галузей, які мають тісні виробничі та економічні зв'язки, спільно використовують ресурси з метою задоволення різноманітних оздоровчих, пізнавальних, культурних та ін­ших потреб населення. **Враховуючи системність та широкоаспектність проблем, які потрібно вирішити в даній сфері, перед науковцями постають такі завдання:**

* розробка регіональних програм розвитку окремих туристично-рекреаційних комплексів;
* формування системи стимулювання господарської діяльності суб'єктів підприємництва;
* розробка методичного інструментарію для застосування при аналізі передумов, можливостей і доцільності створення та функціонування суб'єктів господарювання туристично-рекреаційного спрямування;
* визначення пріоритетних напрямів вдосконалення механізму державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери.

**Важливе значення на рівні окремої туристичної організації відводиться вмінню застосовувати інструменти інноваційного маркетингу та мислити категоріями відкритих систем**. Мислення категоріями маркетингу відкритих систем щодо туристичного бізнесу означає таке: система маркетингу може ґрунтуватися на ставленні до того, що означає здійснення ділової угоди; здійснення кожної нової ділової угоди сприяє добробуту суспільства, а конкретному бізнесу приносить прибуток; ідея конкуренції, котра прийнятна для закри­тих та стабільно діючих систем, де вона є головним джерелом саморозвитку, у сучасному господарському житті стає вже перешкодою для розвитку.

Концепція сучасного інноваційного маркетинг-менеджменту як нова фі­лософія туристичного бізнесу відображає дотримання компанією теорії і практики суверенітету споживача: пропонувати і забезпечувати те, що потрібно споживачу та отримувати прибуток за рахунок якнайповнішого задоволення його потреб. Дотримання цих вимог можливе лише за умови, що компанія самостійна у господарському відношенні, а управління нею ґрунтується на гуманних принципах.

Менеджер туристичної компанії, який діє за принципами сучасного інно­ваційного маркетинг-менеджменту, досягає поставлених перед організацією цілей шляхом якнайповнішого задоволення комерційних цілей і потреб через гармонізацію відносин між туристами (споживачами) та турагентами з орієнтацією на пріоритети споживача. Тому основна мета інноваційного маркетинг-менеджменту в туристичній організації — забезпечити рентабельність операцій, отримати високі комерційні результати, певний прибуток за певний час у межах наявних ресурсів і виробничих можливостей, завоювати заплановану частку ринку тощо. **Сутність інноваційного маркетинг-менеджменту проявляється через його принципи:**

* цілеспрямованість на кінцевий практичний результат діяльності, що для туристичної компанії в результаті зводиться до завоювання наміченої частки ринку;
* орієнтація компанії на довгострокові результати ринкової діяльності, що передбачає особливу увагу до прогнозних досліджень та розробок на їхній основі послуг з принципово новими споживчими властивостями;
* комплексний підхід до досягнення поставлених цілей, оскільки комер­ційний успіх забезпечується лише сукупністю взаємопов'язаних засобів мар­кетингу.

Якщо компанія ставить перед собою кілька цілей і завдань, які стосують­ся фінансової діяльності й дотримання інтересів інших учасників бізнесу, від­мінність компанії, націленої на високі фінансові показники, полягає в тому, що менеджмент першої розглядає прибуток як результат успішного задоволення потреб споживачів.

Принципи інноваційного маркетинг-менеджменту залишаються основою успіху багатьох фірм, але вже в майбутньому на них впливатиме жорстке ринкове середовище. Стратегічні пріоритети компаній XXI ст. полягають у прискоренні зворотної реакції на зміни, пристосуванні товарів та послуг до вимог споживачів, удосконаленні інформаційних систем та прагненні до вищих стандартів якості.

Інноваційний маркетинг-менеджмент у системі організації туристичної компанії повинен спрямовуватися на залучення споживачів і збереження їхньої лояльності у довгостроковому періоді. Звідси реальними **завданнями мар­кетинг-менеджменту мають бути такі:**

* визначення цільових ринків, які зумовлюються рівнем платоспромож­ності попиту і спроможністю організації щодо обслуговування;
* маркетингові дослідження з метою отримання й аналізу інформації про існуючі та потенційні потреби клієнтів на обраних ринках;
* розробка послуг, які задовольнятимуть потреби та бажання;
* планування маркетинг-міксу з метою пропозиції клієнтам комплексу послуг;
* спостереження для забезпечення стійкого інформаційного каналу за

ступенем задоволення клієнтів та постійним удосконаленням послуг і марке­тинг-міксу відповідно до зміни потреб споживачів і конкурентного середовища.

На сьогодні на перший план висувається завдання організації діяльності туристичної компанії так, щоб її співробітники були зацікавлені в пошуках нових, ефективніших засобів задоволення запитів споживачів. **Найважливішими завданнями управління стійкістю організації за допомогою інноваційного маркетингу-менеджменту мають бути такі:**

* рекомендувати вищому керівництву компанії, на які ринки слід виходи­ти, де вони розміщуються і які послуги краще пропонувати споживачам;
* вивчати та узагальнювати цілі споживачів на вибраному сегменті ринку;
* розробляти маркетингову пропозицію, тобто пояснювати споживачам

переваги в обслуговуванні, змісті послуги, формувати цінову шкалу і методи реклами, а також інформувати цільових споживачів про те, що фірма вирішила їхні завдання на цільових сегментах ринку.

**При організації роботи з продуктовими інноваціями, слід також направляти зусилля на вирішення проблем управління технологічними інноваціями в туризмі**, серед яких:

* вплив технологічних нововведень на ефективність туристичного бізнесу;
* проблеми управління в умовах технологічних інновацій;
* стратегії розвитку бізнесу на базі нових технологій;
* дослідження і розробки у сфері розвитку світового туристичного бізнесу;
* проблеми і перспективи управління проектами.

В умовах формування нової економіки все більшого впливу набувають ін­формаційні технології в управлінні туризмом. Інтернет дозволяє не лише продавати туристичні послуги, але й значно спрощує саму процедуру пошуку та організації мандрівки (маршрути, стикування, порівняння різних варіантів, зв'язок і бронювання). Це свідчить, що вже найближчим часом споживач буде відчувати потребу лише в посереднику-організаторові, який допоможе зекономити час пошуку, тоді як на сьогодні пошук і пропозиція різних варіантів є ноу-хау туристичних фірм.

Туристичний бізнес - це, по суті, декілька бізнесів, оскільки він включає: оформлення віз, бронювання квитків, бронювання готелів, організація транс­ферів, екскурсій та культурної програми, забезпечення мандрівників медичною страховкою. За цих умов клієнт прагне, щоб певний посередник, в ролі якого виступає турагенство, забезпечили все вищеназване в пакеті за певну комісію. Ситуація зданим вибором кардинально змінюється із застосуванням Інтернет, тому що «віртуального агента з мандрівок» усі накладні витрати зведені до мінімуму: підключайся до потужного сервера та відповідних баз даних, яка необмежена країнами та напрямками і розв'язує будь-які завдання, поставлені клієнтом.

# Рекомендована література

**Основна:**

1. Василенко, В. О. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / В. О. Василенко, В Г. Шматько; за ред. В. О. Василенка. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. - 440 с.
2. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития. учеб пособие / В. Ю. Воскресенский. - М. : ЮНИТИ - Дана, 2007. - 159 с.
3. Гамидов, Г. О. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г. О. Гамидов, В. Г. Колосов, Н. О. Османов. - СПб: Политехника, 2000.
4. Економіка і організація інноваційної діяльності: підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан [та ін.]; за ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. - К. : ВД «Професіонал», 2004.
5. Инновационный менеджмент / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин [и др.]. - М. : Юнити, 2007.
6. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним ризиком: проблеми, концепції, методи: навч. посібник / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Універсальна книга», 2003.
7. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под редакцией Б. З. Мильнера. – М. : ИНФРА-М, 2010. - 675с.
8. Йохна, М. А. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посібник / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К. : Видавн. центр «Академія», 2005.
9. Краснокутська Н. В Інновацій менеджмент: навч. посібник / Н. В. Краснокутська. - К. : КНЕУ, 2003.
10. Круглова Н. Ю. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Н. Ю. Круглова. – 2-е изд., доп. - М. : РДЛ, 2001.
11. Національна інноваційна система України: проблеми і принципи побудови / I. П. Макаренко, Н. М. Копка, О. Г. Рогожин, В. И. Кузьменко. - К. : Ін-т проблем нащональної безпеки, 2007. - 520с.
12. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. - 615с.
13. Мельниченко, С. В.Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С. В. Мельниченко. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.
14. Микитюк, П. П. Інноваційний менеджмент**:** навчальний посібник / П. П. Микитюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. - 400 с.
15. Михно, М. А. Роль инноваций в туризме : учебник / М. А. Михно. – М 2004 - 210с.
16. Новиков, В. С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб заведений / В. С. Новиков. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
17. Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С. А. Севастьянова. – М. : КНОРУС, 2007. - 256 с.
18. Федулова, Л. І. Інноваційна економіка: підручник / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. - 477с.
19. Філіпенко, А. С. Економічний розвиток сучасної цивілізації: навч. посіб. / А. С. Філіпенко. - 3-є вид , перероб і допов. – К: Знання України, 2006. - 316с.

**Додаткова:**

1. Економічна енциклопедія: у 3 т. / редкол.: С. В. М очерний (відп. ред.) [та ін.] - К. : Видавничий центр «Академія», 2000.
2. Завлин, П. Н. Оценка зффективности инноваций / П. Н. Завлин, А. В. Васильєв. - СПб. : Бизнес-Пресса, 1998.
3. Інноваційний розвиток промисловості України: монографія / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан [та ін.]; під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Дениченка. – К. : КНТ, 2006. - 648 с.
4. Капица, Ю. М. Экспорт-импорт технологий: правовое регулирование/ Ю. М. Капица; НАН Украины. Центр интеллект. собственности и передачи технологий. - К., 2000. - 106 c.
5. Міжнародні стратегії економічного розвитку / Ю. Г. Козак, Ю. І. Єхануров, В. В. Ковалевський [та ін.]. – К, 2005. - 151с.
6. Ковалев, Г. Д. Основи инновационного менеджмента: учеб. для вузов / Г. Д. Ковалев; под ред. проф. В. А. Швандара. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
7. Крайнєв П. П. Патентування винаходів в Україні: монографія / П. П. Крайнєв, Л. І. Работягова, І. І. Дятлик; за ред. П. П. Крайнєва. – К. : ІнЮре, 2000. - 340 с.
8. Куликов, Т. В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности / Т. В. Куликов. - М. : Экономика, 2000.
9. Крупка, М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / М. І. Крупка. – Львів : Видавн. центр Львів. націон. ун-ту ім. Івана Франка, 2001.
10. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия: монография / Е. В. Лапин. - Сумы : ИТД «Университетская книга», 2002. - 310с.
11. Малахова, Н. Н. Инновации в туризме и сервисе: учеб. пособие для вузов / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. – 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010. – 244 с.
12. Мельник, О. М. Правова охорона знаків для товарів і послуг / О. М. Мельник. — Ірпінь, 2000. - 135 с.
13. Морозов, М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М. : Изд-во «Академия», 2002 - 240 с.
14. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: учеб. пособие / под. ред. П. Н.Завлина [и др.]. - М. : Экономика, 2000.
15. Основи інтелектуальної власності. - К. : Ін Юре, 1999. - 580 с.
16. Підопригора, О. Проблеми системи законодавства України про інтелектуальну власність / О. Підопригора // Інтелектуальна власність. - 2000. - № 3. - С. 3-14.
17. Плотникова, Н. И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса. Ч. 1.: Информационные технологии в турфирме / Н. И. Плотникова. – М. : Советский спорт, 2001.
18. Стеченко Д. М. Інноваційні форми регіонального розвитку: навч. посібник / Д. М. Стеченко. - К. : Вища шк., 2002.
19. Управление инновациями. Модульная программа для менеджеров / В. Н. Гунин, В. П. Бараничев, В. А. Устинов, С. Ю. Ляпина. - М. : ИНФРА-М, 1999.
20. Хомяков В. І. Менеджмент підприємства: навч. посібник / В. І. Хомяков. - К.: Кондор, 2005.
21. Mike Stabler, Andreas Papatheodorou, M. Thea Sinclair. The Economics of Tourism [Electronic resource] / Mike Stabler. - Routledge, 2010. – 506p. - Access mode: <https://books.google.com.ua/books?id=0GzhqOEHMQgC&hl=ru>
22. G. Candela and P.Figini. The Economics of Tourism Destinations [Electronic resource] / G. Candela. – Berlin: Sprinter Texts in Business and Economics, 2012. – 340p. - Access mode: <http://www.springer.com/us/book/9783642208737>
23. Clement A Tisdell. Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies [Electronic resource] / Clement A Tisdell. – Queensland: University of Queensland, 2005. – 420p. - Access mode: <http://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/7956>
24. William S. Reece. The Economics of Tourism [Electronic resource]/ William S. Reece. – London and New York: Prentice Hall, 2010. – 240 p. - Access mode: <http://www.pearsonhighered.com/educator/product/Economics-of-Tourism-The/9780131715400.page>
25. Adrian Bull. The Economics of Travel & Tourism Paperback [Electronic resource] / A. Bull. – London: Longman, 2005. – 272p. - Access mode: <http://www.amazon.in/Economics-Travel-Tourism-Adrian-Bull/dp/058280731X>

**Інформаційні ресурси**

# 1.Державне агентство з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/>;

2.Туристический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http.//www. tour.com.ua;

3.www.world-tourism.org/ruso/news;

4.Сайт журналу «Tourism Management» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/02615177/4/1>;

5.Понимание туризма: Базовый глоссарий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.unwto.org/pdf/Understanding\_Tourism-BasicGlossary\_RU.pdf

6.Світова Туристична Організація: [World Tourism Organization UNWTO](http://www2.unwto.org/ru): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>

# 6.International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008): [Electronic resource]. - Access mode: <http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tourism-statistics-international-recommendations-tourism-statistics-200>;

# 7.Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008): [Electronic resource]. - Access mode:

http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar;

8.Підручники з туризму англійською мовою [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/7956#t=toc>

9.Підручники з інноваційних технологій в туризмі англійською мовою. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.springer.com/us/book/9783642208737>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Бриль Кирило Григорович

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ**

**Опорний конспект лекцій**

для студентів всіх форм навчання

*спеціальності 242 «Туризмознавство»*

|  |  |
| --- | --- |
| Технічний редактор | Тестова Н. А. |
| Комп’ютерна верстка | Бриль К. Г. |
| Мовне редагування | Бриль К. Г. |

Прийнято до друку 18.11.2016 р. Здано до друку 31.01.2017 р.

Папір офс. Гарнітура Times New Roman. Друк – різограф.

Ум.-друк. арк. 5,99. Обл.-вид. арк. 6,35

Наклад 3 прим. Зам. № 1726.017.03.

Навчально-науковий інститут економіки

14033,м. Чернігів, вул. Стрілецька, 1

Чернігівський національний технологічний університет

14027, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95

Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи

до державного реєстру видавців,

виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції

серія ДК № 4802 від 01.12.2014 р.