

підприємництва(завдяки цьому може збільшитися кількість робочих місць); перепідготувати людей, які втратили роботу; сприяти всебічному державному захисту інтелектуального потенціалу суспільства; провести зниження податків для підприємств за умови збереження робочих місць (для компенсування витрат на прийом нових працівників). Впроваджуючи запропоновані заходи, можна досягнути зменшення рівня безробіття, тим самим збільшиться кількість працевлаштованого населення і, як наслідок, відбудеться покращення економічної і соціальної ситуації в країні.

### **Список літератури:**

1. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ - Варналій А. О. , Самогенкова О. В. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/>
2. МінФін : Рівень безробіття в Україні. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/>
3. Данні для рисунку 1 . Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas>

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Перерва Петр Григорьевич,

д.э.н., профессор

Маслак Мария Владимировна,

к.э.н., доцент

Гармаш Сергей Владимирович,

старший преподаватель

Глизнуца Марина Юрьевна,

к.э.н., доцент

Виниченко Анастасия Андреевна,

студентка

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический университет»

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что туристский и интеллектуальный потенциалы характеризуются отношениями взаимовлияния. Так, интеллектуальный потенциал производителей туристских продуктов определяет качество поступающих на рынок услуг, что в дальнейшем расширяет уровень потребительского спроса на данном сегменте рынка.

Высокое качество производимой туристской продукции, в свою очередь, способствует повышению интеллектуального потенциала потребителей услуг за счет расширения их кругозора, приобретения новых знаний и навыков, взаимодополняющего общения. В силу этого туризм может быть определен как способ инвестирования в интеллектуальный потенциал человека.

На туристических предприятиях широко используются инновационные технологии, предусматривает крайней необходимости их трансфера и коммерциализации. При рассмотрении вопроса трансфера и коммерциализации объектов интеллектуальной собственности в современных условиях межхозяйственных связей, с внедрением новейших технологий появились различные формы и направления их использования. К таким сравнительно новым формам, которые получили развитие в практике лицензионной торговли нашей страны, предлагаем отнести: опционные сделки, продажа патентных лицензий, передачу ноу-хау, оказание услуг типа «инжиниринг», лизинг, совместные предприятия, франчайзинг, авторские договора и др. [1-9]. Организацию технологического трансфера на туристическом предприятии следует рассматривать с двух взаимосвязанных позиций. Первая - внутренняя направленность и готовность предприятия к осуществлению технологического обмена, его технологический потенциал. Вторая - непосредственная организация процессов коммерциализации предприятия и покупки внешних инновационных технологий. Залогом эффективного технологического трансфера на предприятии является его продуманная организация [10-11].

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что особое значение процессы трансфера технологий имеют для предприятий туристического комплекса. Эти предприятия сегодня являются носителями технического прогресса в сфере обслуживания, предоставляют мощные инновационные сигналы предприятиям туризма и гостеприимства нашей страны для повышения производительности труда, диверсификации производства туристических услуг т.п. Основные функции, выполняемые на предприятия

туризма и гостеприимства в процессе трансфера технологий, включают в себя следующее: проведение технологического мониторинга, формирования баз данных в сфере интеллектуальной собственности, а также потенциальных партнеров; определение направлений создания новых технологий, анализ коммерческого потенциала технологий.

Следует сделать вывод о том, что эффективная организация технологического трансфера зависит от готовности туристических предприятий к этому и рациональной организации процедуры получения или коммерциализации технологии. Основные факторы, обуславливающие эффективность технологического трансфера на предприятии - это конкурентоспособность технологических активов, технологическая культура предприятия, адекватная организационная структура, определение технологических направлений развития, ресурсное обеспечение. Все перечисленные факторы взаимосвязаны и в равной степени важны для предприятия.

Практическое внедрение наших предложений позволит предприятиям сферы туристического бизнеса достичь определенных успехов при формировании основных положений своей производственно-коммерческой деятельности.

В качестве вывода отметить, что туристская индустрия пронизана интеграционными процессами, способствующими усилению влияния интеллектуального потенциала всех уровней экономики. Развитие туризма сопряжено с получением ряда эффектов, основным из которых является интеллектуальный, образующийся под влиянием факторов внешнего и внутреннего воздействия. В силу этого, считаем возможным определить туристическую отрасль как способную использовать интеллектуальный потенциал субъектов различных уровней экономики Украины для повышения уровня экономики и менеджмента туристических предприятий.

#### **Список литературы:**

1. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політика на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
3. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018.– № 15 (1291).– С. 137-143.
4. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
5. Перерва П.Г., Nagy S., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
6. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.
7. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства [учебник].– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
8. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.
9. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства / Т.О.Кобелева // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
10. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
11. Pererva P.G. Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 41-44
12. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
13. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.
14. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
15. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки).– Х. : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
16. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие для машиностроительных специальностей инж.-техн.вузов.- Харьков : «Основа», 1993.- 288с.
17. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с.