

фахівців різних профілів у групі, їх компетентності у відповідних галузях.

Таким чином, на практиці найбільш зручною формою встановлення оцінок як параметрів довіри, так і їх вагових коефіцієнтів у цьому критерії можна вважати саме експертний підхід. При цьому ігнорування відмінностей в рівнях компетентності експертів може привести до того, що прийняте їх групою рішення не буде відповідати поглядам найкомпетентніших з них (у питанні, що розглядається), бо вони опинились у меншості. Тому таким важливим є напрям удосконалення методів формування групових рішень на основі індивідуальних – з урахуванням компетентності кожного експерта саме в тому питанні, що розглядається.

Список літератури:

1. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія] / Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 240 с.
2. Воробйова Л. Д. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л. А. Квятковська, Л. Д. Воробйова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»: зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ», 2011. – № 26. – С. 181–187.
3. Пшик-Ковальська О. О. Процес планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. О. Пшик-Ковальська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 727 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 468–472.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ильяшенко Сергей Николаевич,
д.э.н., профессор
Носырев Александр Александрович,
к.геогр.н., доцент
Попов Николай Алексеевич,
к.э.н., доцент
Перерва Петр Григорьевич,
д.э.н., профессор
Ивченко Мария Александровна,
студентка
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

В современных условиях инновационность является характерным признаком развития общества. В туристический бизнес этот аспект вносит особую значимость. Сфера туристического бизнеса имеет объективные предпосылки для своего развития, которые сложились на основе исторических, географических, культурных и экономических факторов. Созданный туристический продукт нельзя оставлять неизменным, его нужно постоянно модернизировать. Растущие потребности граждан, которые, в свою очередь, становятся все более требовательными, обязывают к использованию современных достижений науки и техники, внедрению новых технологий питания и обслуживания. Для эффективного ведения туристского бизнеса необходимо раскрыть сущность понятия «инноваций в туризме» и определить основные направления инновационной деятельности в этой сфере. Определение особенностей развития туристических предприятий в историческом свете направлено на выявление интеллектуально-инновационных возможностей и сложностей дальнейшего их развития на долгосрочной основе. В этой связи представляется достаточно важным и актуальным формирование и развитие инновационной базы как основы стабильного функционирования туристического предприятия, обеспечение его эффективной предпринимательской деятельности.

Результаты наших исследований позволили выявить специфику отношений интеллектуальной собственности в сфере туристического бизнеса. Собственность, как экономическая категория, отражает отношения присвоения (отчуждения) и выступает как система отношений владения, использования и распоряжения. Нанимая работника, туристическое предприятие присваивает его интеллектуальный капитал вместе с рабочей силой, т.е. у предприятия возникает монополия собственности как объекта хозяйствования. Личность – носитель интеллектуального капитала – не имеет фактического статуса его собственника, так как такой вид собственности не закреплен юридически. Монополия частной собственности на интеллектуальный капитал может

возникнуть при появлении объективных результатов интеллектуальной деятельности, которые могут быть подвержены коммерциализации и капитализации.

Исходя из этих положений, целесообразно рассматривать показатели инновационной деятельности туристических предприятий в контексте с размерами получаемого дохода (прибыли). Нами определено, что доля прибыли, получаемая туристическими предприятиями за счет инновационной деятельности, является не очень большой (на уровне 10-12%), что свидетельствует о наличии в туристической сфере устаревших технологий, которые не позволяют получать дополнительные стимулы для ее развития. Тормозит развитие туристических предприятий и отсутствие бюджетных средств на развитие НИОКР, размер государственных инвестиций в туристическую отрасль составляет лишь 0,8%. Поэтому туристическая сфера Украины в настоящее время является малопривлекательной для своего инновационного развития. Вместе с тем, наш взгляд, альтернативы инновационного развития туристических предприятий сейчас нет, так как от того, каким путем пойдет ее развитие, зависит ее будущее и коммерческие результаты деятельности.

На наш взгляд, определенным препятствием в развитии инновационного потенциала в туристическом бизнесе является неразвитость инновационной культуры. Обновление туристского предложения турфирм происходит медленно, что нередко является результатом косности мышления и недостаточного профессионализма туристских кадров. Многие турагенты не заинтересованы в развитии продаж туристических услуг через Интернет, в частности, более дешевое оформление авиабилетов через сеть Интернет для деловых туристов является причиной столкновения интересов крупных турагентств и авиакомпаний.

В этой связи следует заметить, что существует объективная необходимость перестройки туристической агентской работы в плане усиления

консалтинговых посреднических услуг. В целом назрела потребность в максимизации вклада малого и среднего туристского бизнеса в инновационную деятельность.

Список литературы:

1. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики 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.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства [учебник].– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
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) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
5. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Модулювання 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.
6. Перерва П.Г., Нагі С., 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.
7. 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.
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. 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.
12. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие для машиностроительных специальностей инж.-техн.вузов.- Харьков : «Основа», 1993.- 288с.
13. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с.
14. 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
15. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
16. 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.
17. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.-

Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

18. 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.

НАУКОВІ КОНФЕРЕНЦІЇ ЯК РІЗНОВИД ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

Ілляшенко Сергій Миколайович,
д.е.н., професор,
Ілляшенко Наталія Сергіївна,
к.е.н., доцент,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Діловий туризм є одним з найбільш перспективних напрямів сучасного туризму, який стрімко розвивається. За даними [1] річний загальносвітовий обіг послуг ділового туризму становить близько 399 млрд. дол. США, що складає більше 5% його загального обігу.

Для України діловий туризм є достатньо перспективним, зважаючи на вигідне географічне розташування країни, клімат, природні ресурси, історико-архітектурні та етнографічні пам'ятки тощо. Проте рівень розвитку ділового туризму в Україні значно поступається країнам ЄС. Особливо це стосується такому його різновиду, як проведення наукових конференцій, що мають цікаву культурну програму. Слід зазначити, що заходи цього різновиду ділового туризму зазвичай проводяться у великих містах мільйонниках, а також у населених пунктах і туристичних об'єктах Причорномор'я і Західної України. В інших регіонах наукові конференції здебільше проводять за дистанційною формою, яка не передбачає безпосереднього приїзду їх учасників. Це можна пояснити складним фінансовим станом вітчизняної науки і освіти, що не в змозі фінансувати безпосередню участь науковців у конференціях. В той же час, частина науковців виїздить на закордонні конференції, участь у яких пов'язана з доволі суттєвими витратами.