

СУТНІСТЬ ТРАНСФЕРУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Косенко А.В., Перерва П.Г., Грідіна А.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Найбільш важливим елементом інновацій є їх трансфер в інші технології та об'єкти. Цей процес на туристичних підприємствах носить назву комерціалізація. Комерціалізація туристичних інновацій в основному зводиться до розгляду, оцінюванню та продажу найбільш цінного, що має місце туристичному інноваційному товарі – це об'єкти інтелектуальної власності. Їх ефективна реалізація в широких масштабах і надає підприємству-розробнику матеріальні та іміджеві зиски. Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу. Процес комерціалізації в залежності від стадії втілення комерційної ідеї може приймати проектну або реальну форму (стадію). Об'єктами комерціалізації в туризмі можуть бути ресурси, виробничі процеси, результати виробничого процесу. Комерціалізація ресурсів більш пов'язана з оптимізацією оперативної і фінансової сфери діяльності туристичного підприємства. Тому, ці види комерціалізації туристичних технологій (проектна та реальна її форми) до інноваційної діяльності мають опосередковане відношення. Проекти по комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в туристичному продукті не розглядаються окремо від туристичних бізнес-процесів, так як вони є логічним завершенням інноваційного туристичного бізнесу. Тому, їх подання разом з проектом туристичного бізнесу є взаємодоповнюючим. У випадку купівлі-продажу туристичного бізнесу, проекти по комерціалізації туристичних технологій не зменшують його цінності, а, навпаки, сприяють зменшенню рівня ризику та збільшенню рівня довіри у клієнта.

Слід відмітити що трансфер технологій та комерціалізація технологій – поняття близькі, але не тотожні за змістом. Трансфер технологій передбачає передачу інноваційної розробки (частіше всього разом з об'єктами інтелектуальної власності, які входять в неї), як на комерційній основі (за гроші), так і на безоплатній основі. Комерціалізація, як технологія передачі інноваційних технологій споживачу, передбачає тільки комерційну складову (передача за гроші, або інше матеріальні зиски для розробника).

Література:

1. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку– 2011.– № 4 (60).– С.116-120.
3. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
5. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliya T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. – 2016. – № 4 (8), ч. 2. – С. 240-246.
6. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков : ХГПУ, 1999.- 242с.
7. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veris Somosi.– Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019.– 689 p.
8. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267 с.