

**М.В.КАРМІНСЬКА-БІЛОБРОВА, П.Г.ПЕРЕРВА, О.М.ПРОСКУРНЯ, С.В.ГАРМАШ, М.О.ПОПОВ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

В статті обґрунтовано, що активізація інноваційної діяльності в індустрії туризму потребує нових форм і методів впровадження до сягнень науки і техніки, перш за все за рахунок розширення інноваційного ринку. Недоліками розвитку туристичного інноваційного ринку є неринковий характер формування цін; безсистемність у визначенні безпосередніх замовників та споживачів виконаних розробок; відсутність аукціонних торгів інноваційних розробок; відсутність інноваційних бірж та ефективної реклами; дефіцит маркетингових досліджень; низька питома вага витрат на інноваційну діяльність у капіталовкладеннях в розвиток туристичних підприємств; відсутність недержавних науково-дослідних та проектно-конструкторських організацій України в сфері туризму. Дослідження інноваційних процесів в туристичній індустрії України показують, що туризм активно використовує такі види інновацій: організаційно-управлінські, які пов'язані з розвитком підприємництва і туристичного бізнесу в системі та структурі управління (нові форми організаційно-управлінської діяльності); продуктові, що спрямовані на створення нових або поліпшених існуючих туристичних продуктів (розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей; маркетингові, які дозволяють задовольнити потреби цільових споживачів, або привабити нових клієнтів (нові концепції сервісу, удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу, освоєння нових ринків); технічні, що виготовлені іншими галузями (впровадження провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій, наприклад, системи клімат-контролю в готелях, електронні гід-путівники, супутникові навігатори, комп'ютерні системи управління та обліку). Проведені дослідження свідчать про те, що в інноваційній діяльності туристський бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей та створенню нових напрямків туризму слід лише після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і сьогодення. Глибоке розуміння сфери діяльності дозволяє передбачити розвиток подій і випереджати конкурентів. На впровадження інновацій в туризмі впливає економічна ситуація в країні, соціальний стан населення, національне законодавство, а також міжкультурні та міжнародні угоди. Тому мотиви і причини появи інновацій в туристській діяльності в кожній країні бувають різними.

Ключові слова: туристичні підприємства, інноваційна діяльність, ринок, ефективність, підприємництво

**М.В.КАРМИНСКА-БЕЛОБРОВА, ПЕРЕРВА П.Г., ПРОСКУРНЯ Е.М., С.В.ГАРМАШ, Н.А.ПОПОВ
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

В статье обосновано, что активизация инновационной деятельности в индустрии туризма требует новых форм и методов внедрения достижений науки и техники, прежде всего за счет расширения инновационного рынка. Недостатками развития туристического инновационного рынка является нерыночный характер формирования цен; бессистемность в определении непосредственных заказчиков и потребителей выполненных разработок; отсутствие аукционных торгов инновационных разработок; отсутствие инновационных бирж и эффективной рекламы; дефицит маркетинговых исследований; низкий удельный вес затрат на инновационную деятельность в капиталовложениях в развитие туристических предприятий; отсутствие негосударственных научно-исследовательских и проектно-конструкторских организаций Украины в сфере туризма. Исследование инновационных процессов в туристической индустрии Украины показывают, что туризм активно использует такие виды инноваций: организационно-управленческие, связанные с развитием предпринимательства и туристического бизнеса в системе и структуре управления (новые формы организационно-управленческой деятельности); продуктовые, направленные на создание новых или улучшения существующих туристических продуктов (разработка нового тура, нового экскурсионного маршрута, нового направления путешествий; маркетинговые, которые позволяют удовлетворить потребности целевых потребителей или привлечь новых клиентов (новые концепции сервиса, совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, новые каналы связи с клиентами, новые системы распределения, освоение новых рынков), технические, изготовленные другими отраслями (внедрение ведущих информационных и телекоммуникационных технологий гий, например, системы климат-контроля в гостиницах, электронные гиды-путеводители, спутниковые навигаторы, компьютерные системы управления и учета). Проведенные исследования свидетельствуют о том, что в инновационной деятельности туристский бизнес опирается на фундамент накопленных знаний. Приступать к реализации новых идей и созданию новых направлений туризма следует только после познания и изучения форм и методов работы как в прошлом, так и настоящего. Глубокое понимание сферы деятельности позволяет предсказать развитие событий и опережать конкурентов. На внедрение инноваций в туризме влияет экономическая ситуация в стране, социальное положение и населения, национальное законодательство, а также межправительственные и международные соглашения. Поэтому мотивы и причины появления инноваций в туристской деятельности в каждой стране бывают разными.

Ключевые слова: туристические предприятия, инновационная деятельность, рынок, эффективность, предпринимательство

**M.V. KARAMINSKA-BILOBROVA, PERERVA PG, PROSKURNY O. M., S.V.HARMASH, M.O.POPOV
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC BASES OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES OF
THE TOURIST INDUSTRY**

The article substantiates that activation of innovation activity in the tourism industry requires new forms and methods of implementation of the achievements of science and technology, primarily due to the expansion of the innovation market. The disadvantages of the development of the tourism innovation market are the non-market nature of pricing; unsystematic determination of direct customers and consumers of completed developments; lack of auctioning of innovative developments; lack of innovative exchanges and effective advertising; marketing research deficit; low proportion of expenses for innovative activity in investments in the development of tourist enterprises; the absence of non-state research and design organizations in Ukraine in the field of tourism. Research of innovative processes in the tourism industry of Ukraine shows that tourism actively uses the following types of innovations: organizational and managerial, which are connected with the development of entrepreneurship and tourism business in the system and structure of management (new forms of organizational and managerial activity); food products aimed at creating new or improving existing tourist products (developing a new tour, a new excursion route, a new direction of travel, marketing that can meet the needs of target customers, or attract new customers (new service concepts, improvements in transportation, hotel and other services), new channels of communication with customers, new distribution systems, development of new markets), technical, made by other industries (introduction of leading information and telecommunication technology for example, climate control systems in hotels, electronic guides, guidebooks, satellite navigators, computer systems for control and

accounting). The research shows that in the innovation business of tourism business is based on the foundation of accumulated knowledge. To embark on the implementation of new ideas and the creation of new areas of tourism should only be after the knowledge and study of the forms and methods of work of both the past and the present. A deep understanding of the sphere of activity allows for predicting the development of events and outstripping competitors. The introduction of tourism innovations is influenced by the economic situation in the country, the social status of the population, national legislation, as well as intergovernmental and international agreements. Therefore, the motives and causes of the emergence of innovation in tourism activities in each country are different.

Key words: tourism enterprises, innovative activity, market, efficiency, entrepreneurship

Вступ. Численні дослідження організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємств в різних сферах економіки нашої країни свідчать про те, що успіх інноваційної діяльності в значній мірі визначається формами її організації та способами фінансової підтримки. Джерелами фінансування інноваційної діяльності можуть бути держава, підприємства, фінансово-промислові групи, малий інноваційний бізнес, інвестиційні та інноваційні фонди, органи місцевого самоврядування, приватні особи і т.д [1]. Всі вони беруть участь у господарському процесі і тим або іншим чином сприяють розвитку інновацій. Особливого значення інноваційний процес набуває для перехідних економік. А саме такою є економіка України. Ринкові відносини, що впроваджуються, різко висвічують спадщину адміністративно-командної системи – над витратне, неефективне господарювання, що в умовах жорсткої міжнародної конкуренції та встановлення врівноважених цін ставить більшість існуючих підприємств перед загрозою банкрутства. Особливу важливість та значущість інноваційні процеси мають в туристичній сфері. Визначальна роль туристичної діяльності полягає у відчутному її вкладі у розвиток економіки країни при невеликих капітальних вкладеннях. Туризм - галузь економіки, яка не лише охоплює прямо чи опосередковано більшість супутніх галузей господарства, в тому числі транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо, але й стимулює їх розвиток. Це зумовлює збільшення робочих місць, особливо у депресивних регіонах, де інша господарська діяльність неможлива чи недоцільна через високі витрати виробництва. Витрати на створення одного робочого місця в туризмі в декілька разів менші, ніж в інших галузях економіки. На сьогодні туризм для України є важливим чинником соціально-економічного розвитку як у середині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності. Вже зараз туристична галузь виробляє 8% валового внутрішнього продукту та 20% зовнішньоторговельного обороту України.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що для України, як держави з перехідною економікою тільки застосування досягнень науки в галузі інновацій в туристичному бізнесі, може визначати шлях соціально-економічних перетворень, суттєво покращити економічні показники вітчизняних здобутків в сфері туризму. Інноваційні механізми економічного розвитку індустрії туризму мають використовувати наявний науково-технічний потенціал і базуватися на відповідній інфраструктурі.

Постановка задачі (проблеми). Активізація інноваційної діяльності в індустрії туризму потребує нових форм і методів впровадження досягнень науки і техніки, перш за все за рахунок розширення інноваційного ринку. Недоліками розвитку туристичного інноваційного ринку є неринковий характер формування цін; безсистемність у визначенні безпосередніх замовників та споживачів виконаних розробок; відсутність аукціонних торгів інноваційних розробок; відсутність інноваційних бірж та ефективної реклами; дефіцит маркетингових досліджень; низька питома вага витрат на інноваційну діяльність у капіталовкладеннях в розвиток туристичних підприємств; відсутність недержавних науково-дослідних та проектно-конструкторських організацій України в сфері туризму [1].

Розглянемо основні причини, що перешкоджають формуванню інноваційної моделі розвитку в індустрії туризму в нашій країні:

1. Недостатність фінансових ресурсів для проведення наукових досліджень і впровадження інноваційних розробок. Фактично частина бюджетних витрат на науку у відсотках до ВВП залишається значно нижче законодавчо закріпленого рівня (1,7 - 2,5% ВВП). [2, с.69] При недостатності коштів бюджету система національного регулювання розвитку інноваційної сфери протистоїть залученню позабюджетних коштів, виключає можливість формування спеціальних фондів фінансування інновацій, що як наслідок, гальмує інноваційний розвиток України;

2. Відсутність ефективної правової бази для здійснення інноваційної діяльності. За підрахунками фахівців [3], в Україні діє 14 законодавчих актів, близько 50 нормативно-правових урядових актів, понад 100 відомчих документів, що регламентують інноваційну діяльність. Але при такому різноманітті законодавчих та нормативно-правових актів їх ефективність залишається низькою. Це пояснюється неточністю формулювання та трактування базових теоретичних понять в інноваційній сфері; недосконалістю окремих статей і пунктів, відсутністю механізму контролю за виконанням законів. Тому законодавство, чинне у сфері інноваційної діяльності, є недосконалим для забезпечення інноваційного розвитку економіки, носить декларативний характер;

3. Повільний розвиток сучасного ринку інноваційної продукції в Україну. Рівень розвитку ринку інновацій визначається сприйняттям економіки інновацій. Воно відображається ступенем здібності і бажання створювати інноваційну продукцію і використовувати її в практиці господарювання. Розвиток ринку інноваційної продукції в Україні стримується низьким інноваційним попитом з боку

промисловості, що пояснюється браком власних коштів для впровадження інновацій, високою вартістю нововведень, економічними ризиками і тривалими термінами окупності. Згідно зі статистичними даними [4], розробку та освоєння інновацій здійснює лише близько 8% промислових підприємств України [5];

4. Відсутність дієвих механізмів реалізації певних державних пріоритетних напрямів розвитку науки і технологій, множинність наукових організацій, що претендують на відповідну державну підтримку. Наслідком цього стає недофінансування досліджень. Так в цілому в 2010 році основним джерелом фінансування інновацій були власні кошти підприємств, частка яких у загальному обсязі фінансування інноваційних робіт становила 75,1%;

5. Низька інформаційна прозорість інноваційної сфери, нестача інформації про нові технології і можливих ринках збуту принципово нового продукту, а також відомостей для приватних інвесторів і кредитних організацій про об'єкти вкладення капіталу з потенційно високою прибутковістю. Регіональна інноваційна політика є невід'ємною складовою державної інноваційної та науково-технічної політики. Враховуючи особливості того чи іншого регіону, вона визначає, з одного боку, відношення держави до його інноваційних та науково-технічних проблем, а з іншого, – бере участь у вирішенні соціально-економічних і науково-технологічних проблем держави [6]. Розробка інноваційної політики регіону передбачає визначення мети і напрямів його розвитку на найближчу та подальшу перспективу, виходячи з оцінки потенційних можливостей цього регіону і забезпечення його відповідними ресурсами [7].

Отже, одна з передумов успішного впровадження інвестиційної моделі розвитку підприємств туристичної індустрії – це ефективна державна інноваційна політика, метою якої є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатних туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питаннями інноваційної діяльності на різних рівнях ієрархії економіки займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: В.Александрова, А.Амоша, Ю.Бажал, П.Беленький, А.Бодюк, А.Власова, Л.Водачек, О. Водачкова, В. Гесць, Н. Гончарова, М.Долішній, Р. Іванух, С.Ільєнкова, Н.Краснокутська, Л.Колобова, О.Кузьмін, О.Лапко, Т.Кобелева, А.Косенко, А.Кутейников, Д.Львов, Б.Патон, С.Покропивний, П.Перерва, Я.Плоткін, А.Перлак, А.Пригожин, А.Савченко, Б.Санто, Б.Твісс, В.Терехов, М.Чумаченко, А.Чухно та інші.

В сфері туристичних послуг відзначились наукові праці вітчизняних вчених: В. А. Квартальнов, А. В. Ігнат'єв, Д. С. Ушаков, Т. І. Ткаченко, Є. В. Яковенко, В. С. Новіков, К. А. Галасюк. Даними дослідниками

були запропоновані різні науково-методологічні підходи до визначення поняття «інноваційна діяльність»; висвітлена роль економічної категорії «інновації» у забезпеченні безперервного процесу виробництва, ефективної конкуренції, фінансового підйому.

Сучасною наукою розроблено різноманітні підходи організації та здійснення інноваційної діяльності в різних сферах, в тому числі і в туристичній індустрії, але єдиного підходу до неї на сьогодні немає, що зумовлене, зокрема, функціональною специфікою науки та інновацій. Проте, більшістю фахівців проведення оцінки інноваційної діяльності визнано доцільним для вирішення практичних завдань управління інноваційним розвитком її суб'єктів через системний аналіз, спрямований на раціоналізацію процесу прийняття рішень в сфері туристичного бізнесу, що й обумовило мету даного дослідження. Однак певні теоретичні та науково-методичні проблеми контролю інноваційної діяльності вітчизняних туристичних підприємств залишилися не вирішеними у повній мірі і потребують свого подальшого дослідження та розвитку.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження проблем розвитку інноваційної політики в Україні та визначення напрямів розвитку інноваційної діяльності, формування на цій основі організаційно-економічних засад розвитку індустрії туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день вітчизняна туристична діяльність розвивається швидко та динамічно, випереджаючи своїм розвитком та темпами зростання доходів такі галузі промисловості, як нафтовидобування та автомобілебудування. Дослідження інноваційних процесів в туристичній індустрії України показують, що туризм активно використовує такі види інновацій:

- *організаційно-управлінські*, які пов'язані з розвитком підприємництва і туристичного бізнесу в системі та структурі управління (нові форми організаційно-управлінської діяльності);

- *продуктові*, що спрямовані на створення нових або поліпшенні існуючих туристичних продуктів (розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей (наприклад, тури в Антарктиду);

- *маркетингові*, які дозволяють задовольнити потреби цільових споживачів, або привабити нових клієнтів (нові концепції сервісу, удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу, освоєння нових ринків);

- *технічні*, що виготовлені іншими галузями (впровадження провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій, наприклад, системи клімат-контролю в готелях, електронні гіді-путівники, супутникові навігатори, комп'ютерні системи управління та обліку) [Гарбера, Біловодська].

Більшість галузей промисловості України відстають у своїй інноваційній діяльності від туризму за різними показниками (табл. 1).

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика туристичної інноваційної діяльності з іншими галузями промисловості України

Галузь промисловості	Інноваційно-активні підприємства, %	Основні проблеми низької інноваційної активності	Джерела фінансування
Туристична діяльність	30	<ul style="list-style-type: none"> ✓ економічна ситуація в країні; ✓ недостатність власних коштів для впровадження інновацій 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (88%); - кредити та позики (8-10%); - участь держави (4-2%)
Машинобудування	14	<ul style="list-style-type: none"> ✓ незначні обсяги фінансування; ✓ зменшення кількості науковців, зниження рівня їх кваліфікації 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (60%); - кредити та позики (40%); - участь держави (до 1%)
Легка промисловість	9,8	<ul style="list-style-type: none"> ✓ недостатність інформації про новітні технології; ✓ відсутність достатніх власних коштів у підприємств, відносно дорогі кредити 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (85%); - кредити та позики (10-15%); - участь держави (1,38%)
Харчова промисловість	18	<ul style="list-style-type: none"> ✓ економічна ситуація в країні; ✓ відсутність коштів 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (85%); - кредити та позики (10-12%); - участь держави (3-5%)
Паливна промисловість	15	<ul style="list-style-type: none"> ✓ економічна ситуація в країні; ✓ дефіцит власних первинних ресурсів; ✓ недостатність власних коштів для впровадження інновацій 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (74%); - кредити та позики (10-12%); - участь держави (14-16%)
Електроенергетика	24	<ul style="list-style-type: none"> ✓ незначні обсяги фінансування; ✓ зменшення кількості науковців, зниження рівня їх кваліфікації; ✓ дефіцит власних первинних ресурсів 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (56%); - кредити та позики (22%); - участь держави (24%)
Металургія	11	<ul style="list-style-type: none"> ✓ недостатність інформації про новітні технології; ✓ відсутність достатніх власних коштів у підприємств, відносно дорогі кредити 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (89%); - кредити та позики (7-8%); - участь держави (3-4%)
Хімічна промисловість	21	<ul style="list-style-type: none"> ✓ економічна ситуація в країні; ✓ відсутність коштів; ✓ високий рівень конкуренції 	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти (87%); - кредити та позики (10-11%); - участь держави (2-3%)

Джерело: складено авторами з використанням [укрстат, Біловодська].

Дані табл.1 свідчать про низький рівень допомоги держави в розвитку інноваційної діяльності практично у всіх сферах промислового виробництва. Найбільш суттєва державна допомога спостерігається в паливній та електроенергетичній промисловості. Цьому є об'єктивне пояснення, так як ці галузі є визначальними для забезпечення життєздатності економіки, виживання населення країни в цих складних умовах. З табл. 1 видно, що туристична діяльність значно випереджає своїм розвитком інші галузі промисловості. За прогнозами фахівців до 2025 року доходи від туризму досягнуть 3 трлн. дол. [Біловод].

Проведені нами дослідження свідчать про те, що в інноваційної діяльності туристський бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей та створенню нових напрямків туризму слід лише після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і сьогодення. Глибоке розуміння сфери діяльності дозволяє передбачити розвиток подій і випереджати конкурентів. На впровадження інновацій в туризмі впливає економічна ситуація в країні, соціальний стан населення, національне законодавство, а також міжурядові та міжнародні угоди. Тому мотиви і причини появи

інновацій в туристської діяльності в кожній країні бувають різними. Однак для будь-якої країни є кілька характерних рис [Новиков]:

- зростаючі потреби населення в знайомстві з способом життя в інших регіонах і придбанні нових знань;
- насичення багатьох класичних і традиційних напрямків поїздок (дестинацій);
- небезпека втрати квоти ринку у в'їзному туризмі;
- загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;
- необхідність стримувати виїзд своїх громадян в зони, аналогічні за умовами регіонах своєї країни (природа, культура, клімат);
- гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів;
- технологічна революція і експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Базуючись на положеннях міжнародної Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), в

туристській сфері розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками, економічна сутність яких може бути зведена до наступного.

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристського бізнесу в систему і структуру управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

2. Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги.

Таким чином, інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або зміна існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

На розвиток інноваційної діяльності туристських підприємств впливають такі самі різні чинники, серед яких, на наш погляд, слід особливо виділити чинники інноваційного спрямування, які забезпечують сталий розвиток підприємств туристичної індустрії [Новиков]. До такого роду чинників, які мають економічний, організаційний та управлінський зміст, рекомендуємо віднести наступні:

- економічні та технологічні (відсутність достатніх коштів для фінансування, слабкість матеріально-технічної бази, застаріла технологія);

- політичні, правові (політична нестабільність, криміногенна обстановка, обмеження, що вводяться законодавчим шляхом);

- організаційно-управлінські (надмірна централізація, орієнтація на короткострокову окупність, складність узгодження інтересів учасників інноваційних процесів, переважання вертикальних потоків інформації і т.д.);

- фактори компласнс-безпеки туристичного бізнесу (розвиток корупційних схем, недобросовісна конкуренція, наявність елементів шахрайства, невідповідність якості задекларованих послуг фактично отриманим і т.п.);

- ринкові або маркетингові (падіння попиту, надмірна активність конкурентів, нерозвинута інфраструктура, розвиток інших ринкових ніш в туристичному бізнесі, відсутність достатніх коштів на рекламну діяльність та ін.);

- соціально-психологічні та культурні (опір нововведенням, всього нового, що надходить ззовні, боязнь невизначеності).

Всі ці вказані вище чинники, які можуть суттєво перешкоджати активному веденню туристичного бізнесу, багато в чому залежать від стану зовнішнього і внутрішнього середовища в конкретній країні, аналіз якої при організації інноваційної діяльності в туристичній компанії повинен бути постійно в центрі уваги топ-менеджменту.

При аналізі стану зовнішнього середовища особливу увагу слід звертати на фактори, які безпосередньо впливають на впровадження інновацій. це:

- загальна економічна ситуація, під впливом якої формуються купівельний попит і платоспроможність населення;

- дії виконавчих органів влади щодо підтримки розвитку туризму, вимоги законодавчого та регулюючого характеру як загальнодержавного, так і регіонального значення, що стосуються туризму;

- інтенсивність і масштаб конкуренції;

- стан комунікаційних мереж (можливості використання Інтернету, інших альтернативних способів зв'язку);

- можливість застосування нових технологій при організації поїздок (глобальні системи бронювання суб'єктами туристичного ринку, число компаній, які застосовують нові технології, особливо в регіонах);

- період часу, що вимагається для просування новинок комп'ютерних технологій і нових пропозицій на регіональних ринках.

Крім факторів зовнішнього середовища, що стримують інноваційні процеси в розвитку туристичного бізнесу, багато що залежить від внутрішнього середовища. це:

- політика і стратегія туристської компанії;

- наявність в колективі працівника-ініціатора;

- беззастережна підтримка інноваційних ідей з боку керівництва;

- всебічне сприяння експериментів на всіх рівнях і у всіх підрозділах туристської компанії;

- використання мотиваційних систем, що включають різні форми заохочення творчої та інноваційної діяльності;

- наявність спеціалізованого підрозділу по реалізації нововведень;

- необхідний рівень фінансових можливостей;

- розвинені комунікаційні системи;

- організаційно-технічна готовність до реалізації нововведення.

Механізм реалізації нововведень залежить від виду інновацій. Наприклад, при такому нововведенні в туристській фірмі, як система бронювання, необхідна наявність команди (програмісти, фахівці з обслуговування системи бронювання), об'єднаної під єдиним началом. На вибір тієї чи іншої системи бронювання, а також на якість користування, безумовно, впливає її доступність, тобто локалізація, присутність філій на національному ринку або в регіоні. Механізм реалізації нововведень для фірм - розробників технологій передбачає наявність програми виходу інновацій на ринок, тобто їх оформлення в патентній формі і отримання ліцензії.

Для туристичних фірм-користувачів економічний ефект може виражатися в наступних показниках: зростанні обсягу продажів; розширенні географії туристського продукту; зниженні витрат на рекламу і просування власного туристичного продукту; підвищенні його якості завдяки використанню міжнародних стандартів; скорочення часу обслуговування і оформлення документів.

Для аналізу ефективності впровадження інновацій в туристській фірмі використовуються як загальні методи оцінки ефективності інноваційних проєктів, так і специфічні критерії туристського бізнесу. Розвиток інноваційної діяльності сприяє підвищенню економічної ефективності.

Висновки та рекомендації подальших досліджень. Проведені дослідження дозволили виявити специфічність інноваційного процесу в туристичній індустрії. Він отримує, як правило, своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і міру задоволеності клієнта, а з іншого боку - в основному, завдяки ухваленню спільних рішень туристськими організаціями, органами управління галуззю в регіоні, органами місцевого самоврядування і громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з туризмом, а також завдяки оцінці галузі місцевим населенням. Лише така взаємодія всіх елементів (суб'єктів і об'єктів) інноваційного процесу може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого у якості зростання (розвитку) сфери туризму. Комплексність і трансформованність відкриттів, коли впровадження нового в одній області дають ефект (і можливо, сильніший), в іншій, що становить їх суть в галузі, тому потребують у науково обґрунтованій організації і управлінні. Основу інноваційної діяльності у всіх секторах економіки складає реалізація досягнень науково-технічного прогресу. Дані положення повною мірою відносяться і до сфери соціально-культурного сервісу і туризму. Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності/

Список літератури

- Новік І.О., Шматько Н.М., Кармінська-Белоброва М.В. Проблеми та механізми реалізації пріоритетних напрямів стратегії розвитку інноваційної політики України в міжнародному підприємстві // *Modern Economic Research: Theory, Methodology, Strategy: proc. of Intern. sci. conf., September 28, 2018, Kielce, Poland.* – Kielce : Baltija Publishing, 2018. – Pt. 1. – P. 58-60.
- Гарбера О.Є. Особливості інноваційних процесів в туристичній індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/garbera.htm.
- Новиков В.С. Инновации в туризме.- М.: ИЦ "Академия", 2007. - 208 с.
- Біловодська О.А., Коцур Я.М. Аналіз інноваційної діяльності туристичної галузі України // *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Економічні проблеми сталого розвитку» (м. Суми, 24-26 квітня 2013 р.): у 4 т. - Т.4. - С.62-63.*
- Власова Н.М., Смирнова В.В., Семененко Н.Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі // *Культура народів Причорномор'я.* - 2009. - №176. - С.113-114.

- Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
- Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
- Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
- Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій.* - 2015. - № 4. - С. 11-19.
- Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
- Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
- 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.
- Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
- Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінних, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.
- Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
- Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
- Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
- Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobielieta T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
- Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
- Перерва П.Г., Косенко О.П., Ткачова Н.П., Ткачова М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
- Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.

22. Pererva P.G., Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.
23. Маслак О.І., Шматько Н.М., Маслак М.В. Аналіз вартісного оцінювання трансферу інтелектуально-інноваційних технологій на підприємстві // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 50-54.
24. Кобелев В.М., Василук К.О. Інноваційна діяльність промислового підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 67-72.
25. Кобелев В.М., Кітченко О.М., Кобелева А.В. Дослідження ринку сервісних послуг міста Харкова, на прикладі сервісного центру FreshIT // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 78-83.
26. Шматько Н.М., Пантелєєв М.С. Розвиток інноваційної політики України з використанням маркетингу інновацій / Н. М. Шматько, М. С. Пантелєєв // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 37 (1313). – С. 50-56.
- References (transliterated)**
1. Novik I.O., Shmat'ko N.M., Karminska-Byelobrova M.V. Problemy ta mekhanizmy realizatsiyi pryoritetnykh napryamiv stratehiyi rozvytku innovatsiyanoi polityky Ukrainy v mizhnarodnomu pidpryyemystvi [Problems and mechanisms of realization of priority directions of the strategy of development of innovation policy of Ukraine in international business] // *Modern Economic Research: Theory, Methodology, Strategy: proc. of Intern. sci. conf.*, September 28, 2018, Kielce, Poland. – Kielce : Baltija Publishing, 2018. – Pt. 1. – P. 58-60.
2. Harbera O.Y. Osoblyvosti innovatsiynykh protsesiv v turystychniy industriyi [Features of innovative processes in the tourism industry]. – Rezhym dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/garbera.htm.
3. Novykov V.S. Ynnovatsyy v turyzme. - M.: YTS «Akademyya», 2007. - 208 s.
4. Bilovodska O.A., Kotsur Y.M. Analiz innovatsiyanoi diyalnosti turystychnoyi haluzi Ukrainy [Analysis of innovative activity of the tourism industry of Ukraine] // *Materialy Mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi «Ekonomichni problemy staloho rozvytku»* (m. Sumy, 24-26 kvitnya 2013 r.): u 4 t. - T.4. - S.62-63.
5. Vlasova N.M., Smyrnova V.V., Semenenko N.Y. Innovatsiyna diyalnist v turystychnomu biznesi [Innovative activity in the tourism business] // *Kultura narodov Prychernomorya* [Culture of the peoples of the Black Sea region]. - 2009. - №176. - S.113-114.
6. Kobyelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpryyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.
7. Kobyelyeva T.O. Rozrobka rekomendatsiy po formuvannu intehral'noho pokaznyka komplayens-bezpeky promysloвого pidpryyemstva [Development of recommendations for the formation of an integral index of compliance of safety of an industrial enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 46-52.
8. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektualnoho potentsialu pidpryyemstva [Methods of calculating the intellectual potential of an enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 95-101.
9. Pererva P.G., Hliznutsa M.YU. Benchmarking yak metod otsynuvannya intelektual'noho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy.* - 2015. - № 4. - S. 11-19.
10. Pererva P.G., Kravchuk A.V. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
11. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyi zasady innovatsiyanoi ta investytsiyanoi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
12. Pererva P.G., Marchuk L.S. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
13. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 37(1313).- S. 27-32.
14. Pererva P.G., Kosenko A.V., Kobyelyeva, T.O., Maslak M.V. Systemnyy pidkhid do doslidzhennya tsinovoykh, marketynhovoykh, investytsiynykh ta innovatsiynykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovyoi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.
15. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Upravlinnya marketynhom innovatsiyanoi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsyuku tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
16. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiyanoi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. 2017 [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.
17. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
18. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
19. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraiyinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: *Znannya*, 2009. – 1070 s.
20. Pererva P.G.; Kosenko O.P., Tkachova N.P.; Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnoho i marketynhovoho potentsialu innovatsiynoho pidpryyemnytstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] //

- Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 36-40.
21. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Formuvannya upravlyns'koyi, marketynhovoyi ta innovatsiyanoi polityky na pidpryyemstvakh turystychnoyi industriyi [Formation of management, marketing and innovation policy at enterprises of the tourism industry] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 114-120.
22. Pererva P.G., Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring [The formation of an anti-crisis program of industrial enterprises based on innovative monitoring] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 78-83.
23. Maslak O.I., Shmatko N.M., Maslak M.V. Analiz vartisnoho otsynuvannya transferu intelektualno-innovatsiynykh tekhnolohiy na pidpryyemstvi [Analysis of the cost estimation of the transfer of intellectual and innovative technologies at the enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 50-54.
24. Kobyelyev V.M., Vasylyuk K.O. Innovatsiyna diyal'nist' promyslovoho pidpryyemstva [Innovative activity of an industrial enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 67-72.
25. Kobyelyev V.M., Kitchenko O.M., Kobyelyeva A.V. Doslidzhennya rynku servisnykh posluh mista Kharkova, na prykladi servisnoho tsentru FreshIT [Research of the market of service services of Kharkiv city, on the example of the service center FreshIT] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 78-83.
26. Shmatko N.M., Pantelyeyev M.S. Rozvytok innovatsiyanoi polityky Ukrainy z vykorystanniam marketynhu innovatsiy [Development of innovation policy of Ukraine with the use of marketing of innovations] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 37 (1313). – S. 50-56.

Надійшла (received) 02.04.2019

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кармінська-Белоброва Марина Володимирівна (Карминская-Белоброва Марина Владимировна, KarminskaBielobrova Maryna Volodymyrivna) - кандидат наук з державного управління, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна, ORCID:0000-0001-7978-866X, e-mail: masha_kb@ukr.net

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petr Grigorievich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Проскурня Олена Михайлівна (Проскурня Елена Михайловна, Proskurnia Olena Michaylovna) – кандидат технічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри організації виробництва та управління персоналом; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8367-0442>; тел. (067)863-10-08, e-mail: proskurniaolena@gmail.com

Гармаш Сергій Володимирович (Гармаш Сергей Владимирович, Garmash Sergey Vladimirovich) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID:0000-0002-5471-379X; e-mail: sy_garmash@ukr.net

Попов Микола Олексійович (Попов Николай Алексеевич, Popov Nikolay Alekseevich) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-0925-5224; e-mail: popovnikolaj1987@gmail.com