

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Український державний університет
науки і технологій**

Кафедра «Економіка та менеджмент»

ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ

Навчально-методичні рекомендації і завдання
до практичних занять

Упорядник:
Г. М. Гребенюк

Електронний аналог
друкованого видання

Схвалено Групою забезпечення якості освітньої програми
242 «Туризм»
Протокол № 1 від 27.09.2022

I 66 Інновації в туризмі : навчально-методичні рекомендації і завдання до практичних занять / упоряд. Г. М. Гребенюк ; Укр. держ. ун-т науки і технологій. – Дніпро : УДУНТ, 2024. – 23 с.

Навчально-методичні рекомендації призначені для використання студентами другого (магістерського) рівня освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 242 «Туризм» під час підготовки до практичних занять з дисципліни «Інновації в туризмі».

Навчально-методичні рекомендації передбачають підготовку до 8 практичних занять, містять короткі теоретичні відомості, завдання до теми, теми рефератів, а також питання для перевірки знань.

Табл. 3. Бібліогр.: 18 назв.

ЗМІСТ

1.	Вступ	4
2.	Практична робота № 1. Технологічні уклади розвитку та їх особливості у сфері туризму.....	6
3.	Практична робота № 2. Інноваційні процеси в управлінні туристичними підприємствами та просуванні туристичного продукту на ринок. система динамічного моделювання туристичного бізнесу.....	7
4.	Практична робота № 3. Інноваційні технології в інформаційному просторі підприємств туризму.....	9
5.	Практична робота № 4. Нові види та форми організації подорожей. маркетингові інновації в туризмі.....	10
6.	Практична робота № 5. Правове забезпечення інноваційної діяльності.....	12
7.	Практична робота № 6. Фінансове та інвестиційне забезпечення реалізації інновацій в туризмі.....	14
8.	Практична робота № 7. Інноваційна діяльність як об'єкт управління.....	17
9.	Практична робота № 8. Управління інноваційними проектами.....	19
10.	СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	21

ВСТУП

Інновації в туризмі є одним з ключових чинників успіху для підприємств цієї сфери, який здійснюється на вищому рівні керівництва компанії. Його метою є визначення основних напрямів науково-технічної та виробничої діяльності підприємства. Інновації в туризмі зумовлюють створення необхідних умов для сталого розвитку туристських підприємств, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності туристських послуг на рівні міжнародних стандартів.

Навчальна дисципліна «Інновації в туризмі» відображає сутність і структуру ключових теоретичних проблем та практичних напрямків розвитку туризму як багатоаспектного економічного та соціокультурного феномена. З огляду на це, особливої актуальності набуває значення навчального курсу «Інновації в туризмі» для студентів спеціальності 242 «Туризм» освітньої програми «Туризм».

Основними завданнями у сфері туристичного бізнесу є здобуття конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності підприємств, створення стабільної клієнтури через уміння знайти свого клієнта, пошук нових шляхів розвитку, постійне оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку послуг, що розвивається.

Інноваційні технології в туризмі повинні створити необхідні умови для розширення, прискорення та підвищення ефективності формування і реалізації різних інновацій, спрямованих на розробку і впровадження конкурентоспроможного продукту на рівні міжнародних стандартів.

Навчальна дисципліна «Інновації в туризмі» надає студентам знання про застосування теоретичних аспектів інноваційного менеджменту в практичній діяльності, про спектр новітніх технологій у сфері туристичних послуг у розрізі організаційних, соціальних, інфраструктурних, технологічних, економічних інновацій.

Метою навчального курсу «Інновації в туризмі» є ознайомлення студентів із теоретичними основами 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 і методів управління підприємствами сфери туризму.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен досягти компетентностей, які зазначені в освітньо-професійній програмі, а саме:

- здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності;
- здатність розробляти проекти та управляти ними;
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми;
- здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації;

- здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації;
- здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду;
- здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Очікувані програмні результати навчання:

- спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації;
- проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості;
- здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку;
- аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку;
- розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності;
- приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування;
- планувати і викладати спеціальні навчальні дисципліни у закладах вищої освіти, розробляти їх методичне забезпечення.

Методичні вказівки мають активувати роботу студентів на практичних заняттях з дисципліни «Інновації в туризмі». Вони містять як теоретичні визначення, так і багато практичних порад. У процесі вивчення теорії та вирішення практичних завдань передбачається індивідуальний підхід.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1

ТЕХНОЛОГІЧНІ УКЛАДИ РОЗВИТКУ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ.

Мета заняття: знати сутність, основні поняття технологічних укладів розвитку світового господарства; уміти визначати їх особливості у галузі туризму в сучасних умовах господарювання.

Короткі теоретичні відомості:

Суттєвим внеском у розвиток інноваційної теорії в будь-якій сфері діяльності можна вважати розробку концепції технологічних устроїв, що визначають рівень конкурентоспроможності продукції і що реалізують цілий комплекс базисних інновацій.

Технологічний устрій – це деяка сукупність виробництв і технологій, що знаходяться приблизно на однаковому рівні розвитку і утворюють таку економічну систему, яка здатна здійснювати процеси підвищення виробництва і власного розширення переважно завдяки внутрішнім ресурсам.

Технологічні устрої характеризуються ядром, ключовим чинником і організаційно-економічним механізмом регулювання.

CALS-технології – це єдина стратегія уряду і промисловості, що концентрується на перебудові бізнес-процесів у високоавтоматизований та інтегрований процес управління життєвим циклом продукту. Головна мета цієї технології – скорочення часу просування на ринок, зниження вартості та підвищення якості по усьому життєвому циклу виробів.

Завдання до теми:

1. Підготувати доповіді з питань циклічного розвитку економіки, досліджень М. Д. Кондратьєва, теорії інноваційних процесів Й. Шумпетера.
2. Визначити місце науково-технічних нововведень у системі інноваційної діяльності підприємств сфери туризму.
3. Визначити необхідні умови розвитку інновацій в туризмі за класифікаційними ознаками.

Теми рефератів:

1. Поняття технологічного укладу.
2. Цикли еволюції світової економічної і політичної системи.
3. Характеристика розвитку сучасних інноваційних систем.
4. CALS-технології та їх розвиток.
5. Види інновацій в туризмі.

Питання для перевірки знань:

1. Охарактеризуйте дослідження М. Д. Кондратьєва про циклічний розвиток економіки.
2. У чому полягає сутність теорії інноваційних процесів Й. Шумпетера? Дайте визначення понять «технологічний уклад», «CALS-технології».

3. Охарактеризуйте вплив науково-технічних нововведень на розвиток туризму.
4. Назвіть основну мету впровадження науково-технічних нововведень.
5. Охарактеризуйте еволюцію світової економічної і політичної системи.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНОК. СИСТЕМА ДИНАМІЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.

Мета заняття: знати сутність та особливості інноваційних форм управління туристичними підприємствами в рамках країни та міжнародному масштабі; знати сутність та етапи моделювання туристичного бізнесу; уміти визначати та проводити порівняльний аналіз інновацій в системі просування та комерціалізації туристичного продукту.

Короткі теоретичні відомості:

Туристичний бізнес ґрунтується на накопичених знаннях. Тому потрібно спочатку вивчити досвід минулого, порівняти його із сьогоденням, бути експертом у своїй галузі та лише потім втілювати нові ідеї і впроваджувати інновації.

Однією з ознак успіху на ринку є збільшення ринкової частки. Дослідження показують, що не реклама і не активне просування продукту забезпечують стійке зростання частки ринку, а інновації на всіх напрямках туристичної діяльності. Інноваційні процеси відбуваються в міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю; в освоєнні нових технологій (електронна торгівля, створення віртуальних туристичних фірм); формах маркетингу, створенні туристичного продукту.

Упровадження електронного бізнесу дозволяє: використовувати економічніші канали зв'язку з компаніями і цільовими ринками; споживачам простіше і швидше придбавати туристичний продукт, що призводить до збільшення обороту й обсягу витрат; забезпечувати вищий рівень обслуговування і утримання споживача; скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощенню процедури торговельних угод.

Найважливішим аспектом електронного бізнесу і маркетингу є управління відносинами із споживачем через споживчий маркетинг (Customer Relationship Management – CRM).

CRM включає накопичення детальної інформації про споживачів. Інформація охоплює соціально-демографічну характеристику, інтереси, вид діяльності та запити споживачів.

Електронна торгівля є новою формою ринкових стосунків і є новою формою ринкових відносин і ґрунтується на застосуванні новітніх телекомунікаційних технологій, насамперед системи Інтернет.

У 1990-х рр. в Італії для створення іміджу країни, привабливої для туризму, була розроблена цільова стратегія – маркетинг для продукту. Його мета полягає в тому, щоб створювати і просувати туристичний продукт, що виражає і відбиває територіальні особливості та що поєднує цінності доквілля із специфічними місцевими умовами прийому, обслуговування туристів.

Розробка стратегії маркетингу для продукту сприяла створенню об'єднань (асоціацій), що мають назву «Клуб продукту».

Це добровільні групи різних професійно діючих учасників ринку і територіальних співтовариств, метою яких є просування специфічного туристичного продукту (оздоровлення, відпочинок в горах, на озерах, морі, знайомство з культурно-історичними цінностями, гастрономічними дослідженнями та ін.).

Національне агентство Італії з туризму (ЕНІТ) створювало «клуби продукту» виходячи з постулату, що кожен сегмент ринку повинен мати особливу мотивацію для здійснення поїздки. Для кожного з клубів були розроблені цільові програми, які визначають, які послуги, якій категорії туристів і на ринках яких країн пропонувати.

Завдання до теми:

1. Підготувати доповіді про сучасний стан співробітництва в туризмі та готельному господарстві.
2. Підготувати доповіді про інноваційні процеси у просуванні та комерціалізації туристичного продукту в різних розвинених з точки зору туризму країнах.
3. Охарактеризувати «клуби продукту» в туризмі в нашій країні та за кордоном.
4. Підготувати доповіді про динамічне моделювання бізнесу та його етапи, методи залучення персоналу до інноваційної діяльності.
5. Охарактеризувати нелінійні механізми, які впливають на загальну поведінку бізнес-системи та динаміку інноваційного процесу.
6. Визначите основні причини негативного ставлення персоналу до інновацій.

Теми рефератів:

1. Форми співробітництва в туризмі. Стратегічні альянси в міжнародному туризмі.
2. Ділова корпорація як нова форма фінансування готельних підприємств.
3. Добровільні союзи як форма партнерських відносин.
4. Електронна торгівля як нова форма ринкових відносин.
5. Споживчий маркетинг (CRM).
6. Поняття динамічного моделювання бізнесу. Етапи динамічного моделювання бізнесу.

Питання для перевірки знань:

1. Назвіть недоліки та переваги стратегічних туристських альянсів.

2. Наведіть приклади стратегічних альянсів, ділових корпорацій, добровільних союзів у сфері туризму.
3. Чим відрізняються умови вступу та співпраці стратегічних альянсів і ділових корпорацій?
4. Охарактеризуйте сутність споживчого маркетингу. Чим споживчий маркетинг відрізняється від класичного маркетингу?
5. У чому полягає сутність «клубів продукту» в туризмі?
6. Якими діями характеризується кожен етап динамічного моделювання бізнесу?
7. За допомогою яких методів можна провести аналіз позиціонування компанії на ринку?
8. З якою метою вивчають споживачів щодо чутливості до інновацій? Як відбувається залучення персоналу до інноваційних процесів на підприємстві?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ.

Мета заняття: знати особливості інформаційних технологій в інформаційному просторі підприємств туризму; знати основні форми передавання технологій на комерційній основі; уміти застосовувати інноваційні інформаційні технології у сфері туризму.

Короткі теоретичні відомості:

Для того, щоб інноваційні продукти мали широке застосування, їх передають зацікавленим особам і організаціям. Передавання інноваційних технологій є переміщенням науково-технічних досягнень усередині країни або за її межі.

Зазвичай, до технологічного обміну бувають залучено чотири сфери людської діяльності – наука, техніка, виробництво і управління. Здійснюється передача як на комерційній, так і на безоплатній основі.

У сфері туризму є численні випадки придбання і продажу технологічних процесів, прав на використання розроблених туристичними компаніями нововведень економічного, технологічного і фінансового характеру, тому працівникам туристичного бізнесу необхідно мати уявлення про те, як відбувається передача інноваційних технологій.

Інтернет дозволяє туристичним організаціям, без великих витрат дістати доступ до великих груп споживачів з метою передачі конкретної інформації щодо пропонованих продуктів та організацію їх продажів; надійно поширювати повну і детальну інформацію про свою діяльність; швидко і ефективно приймати заявки клієнтів і бронювати необхідні послуги; скоротити витрати на виробництво і поширення друкарської продукції; прискорити і спростити взаємодію з партнерами на ринку.

Традиційно постачальники туристичних послуг (готелі, ресторани, транспортні компанії, музеї та ін.) взаємодіяли з клієнтами через посередників: туроператорів, турагентів, готельні мережі, комп'ютеризовані мережі бронювання. Сьогодні з'явилися віртуальні посередники – сайти готелів, авіакомпаній, туристичних фірм. Це дозволяє туристу безпосередньо, без участі туристичних фірм, отримувати інформацію і замовляти послуги в будь-якому поєднанні виробників і посередників.

Завдання до теми:

1. Підготувати доповіді за темами із сучасних інформаційних технологій у туризмі, застосування електронної комерції в процесі туристичного обслуговування, використання соціальних мереж для просування туристичного продукту.
2. Охарактеризуйте основні форми передачі технологій на комерційній основі, а саме: патентні угоди, ліцензійні угоди, ноу-хау, інжиніринг, різновиди ліцензій, паушальний платіж, роялті, участь у прибутку.

Теми рефератів:

1. Еволюція інформаційних технологій.
2. Інтернет як інформаційно-телекомунікаційний засіб.
3. Основні форми передачі технологій на комерційній основі.
4. Віртуальні посередники – сайти готелів, авіакомпаній, туристичних фірм.
5. Характеристика і призначення електронних систем бронювання.
6. Реклама турпродукту в мережі Інтернет.

Питання для перевірки знань:

1. Охарактеризуйте еволюцію інформаційних технологій.
2. У чому полягає сутність протоколу безпроводного зв'язку war (wireless application protocol)?
3. Охарактеризуйте особливості глобальних розподільних систем Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan.
4. Наведіть основні вимоги до змістовної реклами.
5. Які види зовнішньої Інтернет-реклами Ви знаєте?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4

НОВІ ВИДИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДОРОЖЕЙ. МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ.

Мета заняття: знати особливості формування нових видів і форм організації подорожей; уміти застосовувати маркетингові інновації в туризмі, у тому числі в Інтернет-просторі.

Короткі теоретичні відомості:

Екстремальний туризм є одним з дуже перспективних напрямів у сучасній сфері відпочинку і розваг. Універсального визначення, що вважати екстремальним видом спорту або туризму, не існує. Звичайно, є види професійної діяльності або розваг, пов'язані з великим ризиком для життя і здоров'я (наприклад, польоти на різних літальних апаратах, скелелазіння, глибоководні занурення). Але те, що є екстримом для одних, може бути роботою для інших.

Один і той же маршрут може бути екстремальним для новачка (наприклад для велосипедиста, каноеїста, альпініста і т. ін.) і легкою прогулянкою для підготовленого туриста і спортсмена.

Будь-який туристичний похід IV–V категорії складності, на думку фахівців, уже може вважатися екстремальним. Як відомо, категорія складності в спортивному туризмі визначається тривалістю походу і протяжністю в кілометрах. Мінімальна відстань визначена для гірських походів (IV категорія – 150 км, V – 160 км). Для пішохідних подорожей цей показник визначається в рамках 220–250 км, лижних – 250–300 км, водних – 225–250 км, велосипедних – 800–1100 км, мотоциклетних – 3200–4000 км, автомобільних – 4500–5000 км. Тому поняття «екстремальний туризм» дуже відносно. У зв'язку з цим багато фірм, що займаються пригодницьким туризмом, вводять власні категорії маршрутів.

Інновацією у сфері туризму, що отримала розвиток в останні десятиліття, стали пригодницькі тури. Вони не мають нічого спільного з подорожами минулого, які неминуче супроводжувалися голодом, хворобами, а то і загрозою втрати життя.

Пригодницькі тури прийнято вважати комерційною подорожжю з активними способами пересування, пов'язаним з перебуванням у природному середовищі. Прийнято вважати, що пригодницькі тури мають принципові відмінності від активного відпочинку, спортивного і екстремального туризму.

Основною відмінністю спортивного туризму від пригодницького є те, що спортивний туризм спрямований на виконання певних нормативів, йому чужі зайвий комфорт і сервіс. У той же час пригодницький туризм – все-таки відпочинок в задоволення з певною пізнавальною метою.

Таймшер в перекладі з англійської означає «розділення часу», тобто розподіл між багатьма людьми часу використання якогось майна – в даному випадку, апартаментів.

Клубний відпочинок – одна з можливостей туристичного дозвілля, що є проживанням у готелях клубного типу або готелях об'єднаних в клубну систему. Одна з основних систем такого типу – RCI (Resort Condominiums International) – система обміну апартаментів для відпочинку категорії таймшер. Разом з RCI існує також Interval International (II), яка свого найбільшого поширення набула в США.

Завдання до теми:

1. Підготувати доповіді за темами, що висвітлюють особливості економічної діяльності підприємств сфери послуг.
2. Підготувати доповіді за темами, що висвітлюють особливості маркетингових інновацій у сфері туризму.
3. Навести приклади музеїв нових профілів у нашій країні та за кордоном. Розкрийте сутність системи клубного відпочинку таймшер.
4. Навести приклади просування готельних послуг у соціальних мережах в нашій країні та за кордоном.
5. Охарактеризувати комунікаційні формати соціальних мереж: форуми, блоги, огляди, коментарі.

Теми рефератів:

1. Поняття екстремального туризму та його різновидів.
2. Трекінг. Альпінізм. Скелелазіння.
3. Велосипедний туризм та його особливості.
4. Лижний туризм. Горні лижі.
5. Верховий туризм.
6. Просування туристичних послуг в Інтернеті в умовах розвитку соціальних мереж.
7. Закордонний досвід роботи в соціальних мережах.

Питання для перевірки знань:

1. Які види сухопутного туризму ви знаєте? Які з цих видів належать до екстремального туризму?
2. Наведіть класифікацію гірськолижних трас за ступенем складності. Які види верхового туризму ви знаєте?
3. Наведіть приклади відомих пішохідних, верхових та гірських світових маршрутів.
4. Наведіть приклади водних маршрутів в Україні.
5. У чому полягає сутність організації мілітарі турів, хобі-турів?
6. Які соціальні мережі є найбільш прийнятними для просування вітчизняних туристичних послуг?
7. Дайте визначення поняття «Social Media Optimization»(SMO). Для чого його використовують?
8. Дайте визначення поняття «Social Media Marketing» (SMM). Для чого його використовують?
9. У чому полягає сутність управління репутацією в соціальних мережах?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета заняття: знати основні правові аспекти інноваційної діяльності; уміти застосовувати практичні навички щодо реалізації інновацій у туризмі в рамках встановленого правового поля.

Короткі теоретичні відомості:

Інтелектуальний продукт, створений в результаті творчих зусиль окремої особи або колективу, складає основу інтелектуальної власності. Він може мати різні форми: відкриття і винаходи, зразки нової продукції та техніки, нові технології, науково-виробничі, консалтингові, економіко-фінансові, управлінські, маркетингові послуги, а також різні види літературно-художньої творчості.

В основу системи інтелектуальної власності в Україні покладено законодавчі норми, що регулюють питання творчої діяльності, її результати, їх комерційного використання і правової охорони. Окрім законодавства, єдність системи інтелектуальної власності забезпечується органами державної влади, які організують її функціонування, правову охорону і боротьбу з порушеннями.

Першим правовим документом, що заклав основу товарних стосунків, є патент.

Патент – свідоцтво, що видається винахідникові та засвідчує його авторство, виняткове право на винахід і монопольне право на його використання. Термін дії патенту зазвичай обмежується 10 – 20 роками. За здійснення юридично значущих дій, пов'язаних з патентом, стягуються патентні мита.

Розвиток науки, орієнтованої на практичні потреби, також став важливим чинником появи товарних відносин у сфері технологій. Перетворення дослідницької праці на найману, потреба багаторазового використання провідних технологій на великій кількості підприємств сприяли поширенню такої форми передачі технологій, як ліцензія.

Ліцензія – це дозвіл, що видається на певний час і за плату власником технології (ліцензіаром), захищеної або не захищеної патентом, зацікавленій стороні (ліцензіату) на використання цієї технології.

Право інтелектуальної власності – це виняткове право її автора або його законного правонаступника дозволяти або забороняти здійснення дій з використання результату інтелектуальної діяльності із згадкою або без згадки імені автора з метою прямого або непрямого витягання прибутків від цього.

Використання результату інтелектуальної власності без дозволу є порушенням права інтелектуальної власності.

Поширеною формою передачі прав на використання інтелектуальної власності є франчайзинг. Термін походить від французького слова franchise, що означає «пільга», «привілея». Договори франчайзингу і організація бізнесу унаслідок формування франчайзингових мереж застосовуються у сфері підприємницької діяльності й укладають для створення нових господарських комплексів, розширення мережі збуту товарів і послуг (магазини, ресторани, готелі та ін.).

Завдання до теми:

1. Підготувати доповіді, що висвітлюють практичні особливості та проблеми правового забезпечення інноваційної діяльності у сфері туризму.

2. Навести характеристику патентів, історію їх виникнення, особливості використання.
3. Охарактеризувати ліцензію як форму передачі інноваційних технологій.
4. Охарактеризувати недоліки та переваги системи франчайзингу для її учасників.
5. Визначити мету створення, переваги й особливості функціонування мереж туристичних агентств.

Теми рефератів:

1. Характеристика і зміст поняття «інтелектуальний продукт». Класифікація об'єктів інтелектуальної власності.
2. Документи, які складають основу інтелектуального товару. Формування ринку інтелектуальних продуктів.
3. Система франчайзингу та її характеристика. Складання договорів комерційної концесії.
4. Способи охорони і захисту інтелектуальної власності.
5. Міжнародні угоди про охорону інтелектуальної власності.

Питання для перевірки знань:

1. Охарактеризуйте значення інтелектуальної власності в економічному розвитку держави.
2. Визначте системний зв'язок, який існує між об'єктами інтелектуальної власності.
3. Дайте визначення поняття і наведіть основні складові права інтелектуальної власності.
4. Визначте послідовність і особливості складання договорів комерційної концесії.
5. Охарактеризуйте структуру управління мережами туристичних агентств. Які способи охорони і захисту інтелектуальної власності ви знаєте?
6. Охарактеризуйте міжнародні угоди про охорону інтелектуальної власності.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6

ФІНАНСОВЕ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ.

Мета заняття: знати особливості організації фінансового та інвестиційного забезпечення реалізації інновацій в туризмі; уміти розраховувати показники, що характеризують фінансове та інвестиційне забезпечення впровадження інноваційних технологій в туризмі.

Короткі теоретичні відомості:

Інноваційна діяльність підприємства, зазвичай, здійснюється на підставі розроблених програм чи проектів.

Однією з основних проблем роботи з інноваційною програмою є її фінансування. Воно передбачає забезпечення програми ресурсами, до складу яких входять не тільки кошти, але й інші інвестиції, що виражаються у грошовому еквіваленті, у тому числі основні й оборотні кошти, майнові права і нематеріальні активи, кредити, позики і застави, права землекористування

Фінансування інноваційних програм може здійснюватися такими способами: самофінансування, тобто використання як джерела фінансування власних коштів інвестора (із коштів бюджету і позабюджетних фондів – для держави, із власних коштів – для організації); використання позикових і залучених коштів.

Визначення реальності досягнення позитивного результату інвестиційних операцій є основним завданням оцінювання фінансово-економічних параметрів будь-якого проекту вкладення коштів у реальні активи.

Критерії, які використовують для аналізу інвестиційної діяльності, можна розділити на дві групи залежно від того, чи враховується часовий параметр:

- засновані на дисконтованих оцінках;
- засновані на облікових оцінках.

До першої групи належать такі критерії: чистий наведений ефект (NPV); індекс рентабельності інвестиції (PI); внутрішня норма прибутку (IRR); модифікована внутрішня норма прибутку (MIRR); дисконтований термін окупності інвестиції (DPP). До другої групи належать такі критерії: термін окупності інвестицій (PP); коефіцієнт ефективності інвестицій (ARR).

В основу оцінювання ефективності інвестиційних проектів з використанням першої групи методів покладено розрахунок показника грошового потоку за роками реалізації проекту з приведенням його до теперішньої (поточної) вартості. Перерахунок майбутніх надходжень до теперішньої (поточної) вартості належить до процесу дисконтування.

Дисконтування – це процес руху грошового потоку від майбутнього періоду до теперішнього часу. Сутність дисконтування полягає в часовому впорядкуванні грошових потоків різних часових періодів з огляду теперішнього моменту часу.

Завдання до теми:

1. Підготувати доповіді, що висвітлюють проблеми й перспективи фінансового та інвестиційного забезпечення реалізації інновацій у сфері туризму.

2. За інвестиційним проектом вартістю 120 тис. грн передбачаються грошові надходження:

- 1 рік – 40 тис. грн;
- 2 рік – 80 тис. грн;
- 3 рік – 60 тис. грн.

Визначити індекс рентабельності проекту, якщо відомо, що ставка дисконту дорівнює 12 %.

3. Визначити чисту теперішню вартість інвестиційного проєкту з такими характеристиками:

- початкові інвестиції – 120 тис. грн;
- доходи за роками – 45 тис. грн; 70 тис. грн; 45 тис. грн;
- вартість капіталу: а) 10 %; б) змінюється за роками – 10 %; 12 %; 13 %; 14 %.

4. На підставі чистої теперішньої вартості, індексу рентабельності та внутрішньої норми доходу обґрунтувати доцільність придбання медичного обладнання для санаторно-курортного підприємства, якщо його вартість складає 25 тис. грн; термін експлуатації – 5 років; амортизація обладнання – 10 % річних; чистий дохід за роками складатиме: 1 рік – 15 тис. грн; 2 рік – 17 тис. грн; 3 рік – 19 тис. грн; 4 рік – 18 тис. грн; 5 рік – 16 тис. грн.

Поточні витрати складатимуть 10 тис. грн у перший рік реалізації проєкту з подальшим щорічним зростанням у 5 %. Середньозважена вартість капіталу – 10 %. Керівництво санаторію вважає, що термін окупності не повинен перевищувати 3 роки. Результати розрахунків подати у вигляді табл. 1.

Таблиця 1.

Показники діяльності фізіотерапевтичного відділення санаторію, тис. грн.

Показники	Роки реалізації проєкту				
	1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації послуг					
Поточні витрати					
Амортизація					
Валовий прибуток					
Податок на прибуток					
Чистий прибуток					
Грошовий потік					

За результатами розрахунків зробити відповідні висновки.

Теми рефератів:

1. Форми і методи фінансового забезпечення інноваційних проєктів.
2. Методи аналізу та оцінювання інвестиційних проєктів.
3. Класифікація ризиків.

Питання для перевірки знань:

1. Охарактеризуйте основні джерела інвестування інновацій.
2. Які форми і методи фінансового забезпечення інноваційних проєктів ви знаєте?
3. Наведіть особливості використання комерційних кредитів, лізингу, венчурних інвестицій.
4. Охарактеризуйте структуру венчурного капіталу в розвинених країнах світу.

5. Наведіть основні етапи розрахунку чистого приведеного ефекту.
6. Охарактеризуйте методику розрахунку індексу рентабельності інвестицій.
7. Як визначають термін окупності інвестицій? Які класифікаційні ознаки ризиків ви знаєте?
8. Наведіть особливості ризиків, притаманних туристичному інноваційному продукту.
9. Охарактеризуйте заходи з мінімізації негативного впливу ризиків у процесі реалізації інноваційних проєктів.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ.

Мета заняття: Закріпити знання щодо особливостей інноваційної діяльності як об'єкта управління, навчитися визначати головні фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності.

Короткі теоретичні відомості:

Інноваційна діяльність ґрунтується на наступних ключових моментах:

- пошук ідеї, що служить фундаментом для інновації;
- організація інноваційного процесу;
- просування і реалізація інновації на ринку.

Інноваційна діяльність включає в себе стратегію і тактику управління інновацією.

Стратегія визначає загальний напрямок і спосіб використання коштів для досягнення поставленої мети.

Тактика - це конкретні методи для досягнення поставленої мети, а також вибір оптимального рішення і прийомів досягнення цього рішення найбільш прийнятних у даній господарській ситуації.

Для здійснення інноваційної діяльності на підприємстві використовують прийоми інноваційного менеджменту. В даному контексті інноваційний менеджмент можна розглядати як систему управління підприємством.

Система інноваційного менеджменту складається з двох підсистем: керуючої підсистеми (суб'єкт управління) і керованої підсистеми (об'єкт управління).

Суб'єктом управління може бути група працівників, які здійснюють цілеспрямоване функціонування об'єкта управління.

Об'єктом управління є інновації, інвестиції і інноваційна діяльність.

Зв'язок суб'єкта управління з об'єктом управління здійснюється за допомогою передачі інформації. Ця передача інформації і являє собою процес управління.

Розрізняють два типи функцій управління інноваційною діяльністю:

- функції суб'єкта управління;
- функції об'єкта управління.

Функції суб'єкта управління:

- функція прогнозування охоплює розробку на тривалу перспективу зміни техніко-технологічного та економічного стану об'єкта управління;
- функція планування охоплює весь комплекс заходів з вироблення планових завдань і втілення їх на практиці;
- функція організації зводиться до об'єднання людей, які здійснюють інноваційну діяльність;
- функція регулювання полягає у впливі на об'єкт управління для досягнення стану стійкості техніко-технологічної та економічної систем;
- функція координації означає узгодженість робіт усіх ланок системи управління, апарату управління і окремих фахівців;
- функція стимулювання виражається в спонуканні працівників до зацікавленості в результатах своєї праці зі створення і реалізації інновацій;
- функція контролю полягає в перевірці організації інноваційної діяльності, плану створення і реалізації інновацій.

Функції об'єкта управління:

- організація ризикового вкладення капіталу;
- організація інноваційного процесу.

Завдання до теми:

Закріпити знання щодо особливостей інноваційної діяльності як об'єкта управління. Визначити головні фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності. На прикладі одного з туристичних регіонів України розглянути головні фактори, що впливають на інноваційну діяльність.

Таблиця 2.

Група факторів	Стимулюючі фактори ІД	Стабілізуючі фактори ІД	Лімітуючі фактори ІД
Техніко - економічні			
Організаційно - управлінські			
Юридичні			
Соціально - психологічні			

Питання для перевірки знань:

1. Що є об'єктами інноваційної діяльності?
2. Що таке управління інноваціями?
3. Яка діяльність вважається інноваційною?
4. Що означає слово інновації?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ.

Мета заняття: навчитися використовувати методики аналізу для визначення відповідності внутрішніх можливостей розвитку організації зовнішнім факторам.

Завдання до теми:

Виявити теоретичні відомості стосовно інноваційних проєктів та їхніх основних видів. Навчитися використовувати методики аналізу для визначення відповідності внутрішніх можливостей розвитку організації зовнішнім.

З аналізу відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім починається інноваційний процес – процес розробки, виготовлення і просування інновації на ринку.

Для цього застосовують такі підходи.

SWOT–аналіз. Ґрунтується на порівнянні ринкових можливостей і загроз з сильними та слабкими сторонами діяльності підприємства (внутрішнє середовище). Як наслідок виділяють ті види діяльності й товари, для впровадження яких є як зовнішні, так і внутрішні можливості.

GAP–аналіз. Надає можливість на основі дослідження фактичних та потенційних потоків прибутку від виробництва та реалізації різних видів продукції виділити прогалини ринку, які можна заповнити новою продукцією.

Стратегічна модель Портера. Надає змогу виявити й оцінити конкурентні переваги конкретних підприємств чи видів діяльності (товарів) залежно від частки ринку, що вони займають, та рівня їхньої рентабельності. На основі цього обирають стратегію розвитку: цінове лідерство (досягнення найнижчих витрат і, відповідно, найнижчих цін на ринку); диференціація (товари мають відрізнятися від товарів конкурентів і бути орієнтованими на конкретні групи споживачів); концентрація зусиль на один або декілька вибірових сегментів ринку.

Матриця Бостонської консультативної групи. За її допомогою, порівнюючи відомі чи прогнозовані частки ринку і темпи їхнього зростання для кожного з видів продукції підприємства, оцінюють ефективність їхнього виробництва й реалізації і визначають варіанти подальшого розвитку: стратегію розвитку (фінансування певного виду діяльності задля збільшення ринкової частки); стратегію підтримання конкурентних переваг (відстоювання ринкових переваг для збереження власної частки ринку); стратегію збору врожаю (підтримання тих видів діяльності, які ще можуть приносити прибутки); стратегію елімінації (припинення виду діяльності, який не є перспективним і не дає прибутків).

Матриця «Мак–Кінсі – Дженерал Електрик». На основі порівняння привабливості фактичних чи потенційних ринків і конкурентоспроможності конкретних видів діяльності виділяють ті з них, розвивати які найбільш

доцільно. Застосовують стратегії розвитку: зростання, підтримання конкурентних переваг, збору врожаю, вибіркового розвитку, пошук ніші, елімінації.

STP–аналіз (сегментація ринку). Надає можливість вибрати цільові ринки (сегменти чи ніші), на яких конкретне підприємство зможе максимально виявити свої конкурентні переваги у конкретних ринкових умовах. Результати аналізу використовують для обґрунтування необхідності розробки інновацій конкретної спрямованості відповідно до відібраних для подальшого аналізу напрямів і варіантів інноваційного розвитку.

Провести порівняльну характеристику методів генерації ідей.

Таблиця 3.

Характеристика методів генерації ідей

Назва і сутність методу	Галузь застосування	Переваги	Недоліки
«Мозкова атака»: генерування групою осіб ідей щодо вирішення поставленої проблеми з наступною їхньою оцінкою			
Синектика: орієнтація спонтанної діяльності інтелекту групи фахівців на дослідження вирішення поставленої проблеми			
Ліквідація ситуацій «глухого кута»: пошук нових напрямів рішень, якщо традиційні не дали результатів			
Морфологічні карти: розширення області пошуку вирішення поставленої проблеми			

Питання для перевірки знань:

1. Основні аспекти поняття «інноваційний проєкт».
2. Класифікація інноваційних проєктів.
3. Життєвий цикл інноваційного проєкту.
4. Учасники інноваційного проєкту.
5. Сутність, мета і завдання управління інноваційними проєктами.
6. Принципи управління інноваційними проєктами.
7. Функції управління інноваційними проєктами.
8. Механізм управління інноваційними проєктами.
9. Міжнародні та національні стандарти з управління проєктами.
10. Процеси управління інноваційними проєктами.
11. Оточення проєкту та програми підтримки інноваційної діяльності.
12. Соціотехнічний підхід до проблеми управління проєктами.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основні:

1. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навч. посіб. Київ : Вид-во Каравела, 2022. 340 с.
2. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с. URL: <https://core.ac.uk/download/162019759.pdf> (дата звернення: 15.06.2022).
3. Мальська М. П., Паньків Н. М., Ховалко А. Б. Світовий досвід розвитку туризму : підручник. Київ : Вид-во Центр учбової літератури, 2018. 243 с.
4. Підвальна О. Г., Колесник Т. В. Регіональна політика інноваційного розвитку сфери туризму: проблеми формування та регулювання : монографія. Вінниця : Вид-во ТОВ «Друк», 2022. 372 с.
5. Романів П. В. Управління інноваційним розвитком туризму : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 198 с.
6. Ярьоменко С. Г. Туристичні ресурси України : навч. посіб. Київ : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 472 с.
7. Корнієнко О. М., Зайцева В. М. Аналіз та оцінка потенціалу туристських територій : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 288 с.
8. Шаманський С. Й. Бойченко С. В. Інноваційні екологічно безпечні технології у водовідведенні : монографія. Київ : Вид-во Центр навчальної літератури, 2018. 320 с.
9. Про інновації. Harvard Business Review: 10 найкращих статей. HBR's 10 Must Reads on Innovation. Київ : КМ-Букс, 2018. 208 с.
10. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі / М. М. Скопень та ін. Київ : Вид-во Ліра-К, 2020. 768 с.

Додаткові:

11. Менеджмент туристичної індустрії : підручник / В. П. Руденко та ін. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2019. 504 с.
12. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. Київ : Вид-во Центр навчальної літератури, 2019. 178 с.
13. Тягунова Н. М., Спориш О. А., Іржавська Л. В. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс : навч. посіб. Київ : Вид-во Центр навчальної літератури, 2018. 130 с.

14. Європейські стандарти бізнес-планування : навч. посіб. / О. В. Димченко та ін. ; Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2021. 143 с.

Інформаційні ресурси:

15. Державне агентство розвитку туризму України.
URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 30.07.2022).
16. Наукова бібліотека УДУНТ. URL: <https://library.diit.edu.ua/uk/catalog> (дата звернення: 07.06.2022).
17. Депозитарій Наукової бібліотеки УДУНТ.
URL: <https://library.ust.edu.ua/uk/catalog?category=books-and-other> (дата звернення: 07.06.2022).
18. Гребенюк Г. М. Дистанційний курс. Інновації в туризмі. *Український державний університет науки і технологій*. URL: <https://lider.ust.edu.ua/course/view.php?id=2218> (дата звернення: 02.06.2022).

Навчально-методичне видання

Гребенюк Галина Михайлівна

ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ

Навчально-методичні рекомендації і завдання
до практичних занять

В авторській редакції

Експертний висновок склали канд. екон. наук, доц. С. М. Цвілий
(НУ «Запорізька політехніка»),
канд. екон. наук, доц. Л. О. Добрик (УДУНТ)

Зареєстровано НМВ УДУНТ (№ 637 від 28.06.2023)

Формат 60x84 ^{1/16}. Ум. друк. арк. 1,34. Обл.-вид. арк. 1,04.
Зам. № 64

Видавець: Український державний університет науки і технологій
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, м. Дніпро, 49010.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7709 від 14.12.2022

Адреса видавця та дільниці оперативної поліграфії:
вул. Лазаряна, 2, Дніпро, 49010