

Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Навчальний посібник

Укладач Кирилюк І. М.

Умань – 2020

УДК 338.48(075.8)

I-66

Рекомендовано Вченою радою

НН інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № __ від _____ 2020 року)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Штангєєва Н. І., доктор технічних наук, професор (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини)

Кожухівська Р. Б., кандидат економічних наук, доцент (Уманський національний університет садівництва)

Саковська О. М., кандидат економічних наук, доцент (Уманський національний університет садівництва)

I-66 Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. / Уманський держ. пед. у-т імені Павла Тичини ; уклад. Кирилук І. М. – Умань : Візаві, 2020. – 179 с.

У навчальному посібнику розкрито теоретичні основи інновацій в туризмі, охарактеризовано основні напрями використання інформаційних технологій як інновацій на туристичних підприємствах, що дає змогу формувати конкурентні переваги, висвітлено запровадження інноваційного туристичного продукту й використання інноваційних технологій в його формуванні та обслуговуванні туристів. Навчальний посібник підготовлений відповідно до навчальної програми дисципліни «Інноваційні технології в туризмі». Матеріал посібника спрямований на підготовку магістрів, які одночасно були б фахівцями-професіоналами і нестандартно мислячими, творчими особистостями.

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Тема 1. Теоретичні засади інноваційного розвитку: сучасний стан і тенденції розвитку.....	7
1.1. Предмет і зміст навчальної дисципліни.....	7
1.2. Зміст поняття «інновація».....	10
1.3. Види інновацій.....	15
1.4. Роль інновацій в туризмі.....	20
1.5. Чинники, що впливають на впровадження інновацій туристичними підприємствами.....	27
Контрольні запитання.....	31
Тема 2. Інноваційні процеси в туризмі.....	32
2.1. Сутність та значення інноваційного процесу в туризмі.....	32
2.2. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації туристського продукту.....	38
2.3. Динамічне моделювання бізнесу.....	39
Контрольні запитання.....	45
Тема 3. Управління інноваціями.....	46
3.1. Інновації в управлінні туристськими підприємствами.....	46
3.2. Управління інноваціями.....	49
3.3. Управління знаннями.....	52
3.4. Моніторинг інноваційної діяльності.....	53
Контрольні запитання.....	56
Тема 4. Інформаційні інноваційні технології в туристичному обслуговуванні.....	56
4.1. Поняття, розвиток і застосування інформаційних технологій в туризмі.....	56
4.2. Застосування інноваційно-інформаційних технологій в туристичній сфері.....	61
Контрольні запитання.....	69
Тема 5. Геоінформаційні технології в туризмі.....	69
5.1. Геоінформаційні технології (ГІС-технології).....	69
5.2. Електронні тематичні атласи.....	74
5.3. Аналітична візуалізація первинної географічної інформації.....	75
5.4. Програмні і технічні засоби візуалізації картографічної інформації.....	76
Контрольні запитання.....	77
Тема 6. Автоматизація туристичного офісу.....	78

6.1. Глобальні розподільні системи (GDS).....	78
6.2. Автоматизація процесу управління підприємствами готельного господарства.....	85
6.3. Автоматизовані системи бронювання і резервування в туризмі.....	90
6.4. Віртуалізація інформаційного забезпечення туриста. Віртуальні подорожі.....	94
Контрольні запитання.....	96
Тема 7. Просування послуг в мережі Інтернет як інноваційний засіб розвитку підприємств туристичної індустрії.....	97
7.1. Просування послуг в мережі Інтернет.....	97
7.2. Способи просування туристичного бізнесу в мережі Інтернет.....	101
7.3. Особливості використання мережі туристичної контактної реклами ClickTravel.....	105
7.4. Продаж туристичних продуктів та товарів для туризму через Інтернет-магазини.....	106
Контрольні запитання.....	109
Тема 8. Інноваційні проекти в туризмі.....	110
8.1. Поняття, ознаки та види інноваційних проектів.....	110
8.2. Оточення та учасники проекту.....	115
8.3. Етапи розробки інноваційних проектів.....	119
8.4. Управління інноваційними проектами.....	123
Контрольні запитання.....	129
Тема 9. Державне регулювання інноваційної діяльності.....	130
9.1 Національна інноваційна система. Підтримка і стимулювання інноваційних процесів.....	130
9.2 Зміст державної інноваційно-інвестиційної політики в галузі туризму.....	134
9.3 Напрями регіональної інноваційно-інвестиційної діяльності.....	139
Контрольні запитання.....	142
Тестові завдання для перевірки знань.....	143
Глосарій.....	168
Список літератури.....	177

ВСТУП

Однією зі сфер широкого застосування комп'ютерних інформаційних технологій є туристичний бізнес, який належить до галузей економіки, що найбільш динамічно розвиваються, має високий потенціал і можливості для використання різноманітних інформаційних технологій, що дають змогу отримувати фінансові та інші переваги від синергетичного ефекту й інтеграційних процесів, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю, і закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж. Водночас сучасні інформаційні технології дають змогу не тільки автоматизувати процес організації туристичних об'єктів, але й процес прийняття управлінських рішень та надання туристичних послуг.

Туризм на сучасному етапі розглядається не тільки як окремий перспективний, прибутковий бізнес, а й як інтегрована сфера послуг, яка динамічно розвивається завдяки сучасним інформаційним технологіям. В туризмі пропонується використовувати досить велику кількість новітніх комп'ютерних технологій для вирішення різноманітних завдань і підвищення якості послуг у цій галузі.

Для керівників сучасних підприємств і організацій туристичної галузі використання сучасних інформаційно-інноваційних технологій дає змогу: контролювати продуктивність праці і результативність бізнес-процесів; підвищити інвестиційну привабливість туристичного підприємства; швидко виявляти «вузькі місця» в управлінні процесами на туристичних підприємствах; підвищити якість обслуговування і надання послуг; підвищити доступність туристичних послуг; прискорити впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; розвивати підприємства туристичної галузі шляхом активізації процесів інтеграції між сервісними організаціями і туристичними підприємствами.

Актуальність предмету дисципліни зумовлена об'єктивними потребами ринкової економіки у розвитку нових інноваційних технологій, які використовуються в туристичній сфері та допомагають прискорити процес впровадження досягнень науки та техніки в практику роботи підприємств туристичної та готельно-ресторанної індустрії.

Тому метою навчальної дисципліни є формування теоретичних, професійних знань і практичних навичок щодо умов і принципів застосування інноваційних технологій в туризмі, розроблення та запровадження інноваційного туристичного продукту, використання інноваційних технологій у його формуванні, обслуговуванні туристів; застосування нових інформаційних технологій при комплектуванні, просуванні та продажу турів.

Основні завдання навчальної дисципліни полягають в опануванні основними інструментами ефективного управління інноваційними технологіями в туризмі, зокрема:

- застосування теоретичних аспектів інноваційних технологій в практичній діяльності;
- ознайомлення з інноваційними технологіями у сфері туристичних послуг, новими технологіями у готельному, ресторанному сервісі та туризмі;
- використання продуктових та технологічних новацій у діяльності підприємств;
- ознайомлення із комп'ютерними засобами інформаційного забезпечення інновацій на основі функціональної моделі сучасного програмного забезпечення;
- розуміння взаємозв'язку технології надання послуги з технічними засобами, необхідними для її виконання;
- застосування методів оцінювання економічної ефективності інноваційних перетворень.

Для досягнення поставленої мети в процесі вивчення дисципліни необхідно вирішувати завдання у напрямку: визначення ролі і місця інноваційних технологій у туризмі; впровадження інновацій в роботу туристичних підприємств; застосування міжнародного та вітчизняного досвіду при формуванні та впровадженні інновацій у діяльність туристичних підприємств; впровадження інноваційних проектів, інформаційних інноваційних технологій в процесі обслуговування туристів; формування стратегії інноваційного розвитку підприємств.

ГЛОСАРІЙ

Авторське право – право на володіння, використання і розпорядження результатами літературної і художньої творчості і об'єктами науково-технічної сфери (програмне забезпечення, топології інтегральних мікросхем, бази даних).

Аутсорсинг – передача сторонньої спеціалізованої організації функцій по виконанню певних завдань (підбір кадрів, ведення бухгалтерського обліку і ін.), яка дає можливість керівництву компанії зосередитися на управлінні основною діяльністю.

Бенчмаркинг інновацій – вивчення і аналіз кращих методів ведення бізнесу в інших організаціях в цілях виявлення можливостей розробки власних інновацій.

Великі цикли економічної кон'юнктури – відкриті Н. Д. Кондратьєвим. Це цикли науково-технічного прогресу, пов'язані з необхідністю суспільства адаптуватися до нових ситуацій, викликаних змінами природних, демографічних, екологічних, економічних, геополітичних та інших умов. Кондратьєвські цикли обумовлюють періодичне (1 раз в 45-60 років) оновлення та розбудову господарської системи та матеріальної основи виробництва (технологічна база, виробничий апарат).

Венчурний капітал (ризиковий капітал) – основна форма фінансового забезпечення створення і впровадження інновацій, капітал, вкладений в проекти, що мають підвищений рівень ризику.

Венчурні організації – організації, які проводять наукові дослідження і розробки, що створюють і впроваджують інновації, в тому числі на замовлення великих комерційних організацій і держави.

Генеральна угода по торгівлі послугами (ГАТС) – основний документ Всесвітньої торгової організації (ВТО), який містить загальні, обов'язкові для всіх країн-учасниць положення, а також принципи, що становлять основу багатосторонньої міжнародної правової системи, регулюючої торгівлю послугами і впливаючої на розвиток національної законотворчості. Угода розповсюджується на всі види послуг, за винятком послуг, що поставляються при виконанні функцій державної влади.

Глобальні розподільні системи (ГРС) – холдинги, об'єднуючі комп'ютерні системи бронювання, в яких беруть участь представники різних сфер бізнесу. ГРС мають прямий доступ в режимі реального

часу до баз даних авіакомпаній, залізниць, судноплавних компаній, готельних ланцюгів, туристських фірм, туристських центрів, компаній по прокату автомашин і інших.

Грант – вид субсидії; надається організацією або приватною особою (як правило, в результаті конкурсного відбору) для здійснення конкретних проектів в галузі науки, культури і освіти.

Державна інноваційна політика – діяльність, пов'язана з формуванням органами державної влади стратегічних цілей розвитку інноваційних процесів в країні, механізмів підтримки пріоритетних інноваційних програм і створенням сприятливого економічного, правового і соціального клімату для впровадження інновацій.

Державне регулювання інноваційної діяльності – вплив держави на діяльність господарюючих суб'єктів і ринкову кон'юнктуру з метою забезпечення необхідних умов для ефективної інноваційної діяльності комерційних і некомерційних організацій.

Диверсифікація – різносторонній розвиток господарської діяльності (розширення номенклатури продукції, видів послуг, що надаються), а також упровадження в нові сфери діяльності, що знаходяться за межами основного бізнесу.

Динамічне компонування туру – комбінація різних елементів подорожі зі встановленою ціною, які складені і оцінені в режимі реального часу у відповідь на запит споживача або туристського агента.

Динамічне моделювання бізнесу – процес, який є інструментом управління знаннями, дозволяє поглибити розуміння динаміки подій, що відбуваються на інноваційній арені, базуючись на аналізі бізнес-процесів, позиції компанії на ринку і можливостей персоналу. Динамічне моделювання бізнесу полегшує формування загальної моделі інноваційного процесу.

Допоміжний рахунок туризму (ДРТ) – радикальна інновація методу оцінки економічної ефективності туризму як в окремій країні, так і в світовій економіці в цілому. Метод заснований на зборі та аналізі величезного числа статистичних даних, які раніше не бралися до уваги при оцінці вкладу туризму в економіку. Після схвалення Статистичною комісією ООН у 2000 р., є повноцінним статистичним інструментом для оцінки економічного значення туризму.

Еволюційні нововведення – підпорядковані суспільним потребам; є наслідком ідей і пропозицій, що надходять зі сфери

виробництва, збуту, споживання; обмежуються можливостями технологічного потенціалу системи, в рамках якої вони відбуваються.

Економічна ефективність інновацій – відношення економічного ефекту від упровадження інновацій до витрат, що зумовили його.

Економічні реформи – глибока трансформація форм і методів господарювання, управління економікою. Перетворення, що проводяться в ході економічних реформ, ділять на організаційні, стосуються організаційно-правових форм управління економікою, господарською діяльністю, і інституційні, пов'язані з методами, правилами, нормами управління власністю, працею, фінансами, соціальною сферою, зовнішньоекономічними зв'язками та іншими економічними інститутами.

Електронна комерція – один з елементів електронного бізнесу, забезпечує продажі і придбання товарів і послуг через електронні канали розподілу.

Електронне постачання – раціоналізує процес закупівель, дозволяючи організації пов'язати свою систему обліку і постачання до системи доставки і виставлення рахунків постачальника, а також дозволяє знайти постачальників, що пропонують кращі ціни.

Електронний бізнес (е-бізнес) – якісно нові технології роботи компанії, які дозволяють їй досягти конкурентних переваг за рахунок покращення обслуговування клієнтів, зниження витрат, виявлення нових каналів збуту і т.д. Електронний бізнес включає: електронний маркетинг, електронну торгівлю (комерцію), електронне постачання.

Електронний маркетинг – використовує Інтернет і інші форми електронного зв'язку для найекономічніших контактів з цільовими ринками і забезпечення спільної роботи з партнерськими організаціями, об'єднаними спільними інтересами.

Е-подорожі – це онлайн-служба, яка містить новини про подорожі, інформацію та консультацію з питань, які можуть виникнути при плануванні подорожі.

Е-туризм – це онлайн-служба, яка є платформою, що дає можливість прямих продажів, легкої оплати послуг кінцевим споживачем, розвитку бізнесу між виробником, турагентами і посередниками.

Життєвий цикл інновацій – період часу від моменту впровадження нововведення у виробництво до його поширення. Цикл включає фази впровадження, комерціалізації та дифузії, рутинізації

(стабільної реалізації нововведень) і перетворення в традиційний продукт.

Зацікавлені особи – всі суб'єкти (споживачі, постачальники, конкуренти, органи влади, акціонери, співробітники), на положення або діяльність яких впливають або можуть потенційно вплинути інновації.

Інжиніринг інновацій – вид діяльності за поданням комплексу робіт і послуг виробничого, комерційного і науково-технічного характеру (консультації, експертиза проектів, технічне навчання, передача технічної інформації), що включає створення, реалізацію і дифузію інновації.

Інновації в туризмі – результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних та телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристських, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристського бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристських підприємств.

Інноваційна діяльність – комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, які призводять до інновацій. Діяльність є інноваційною, якщо в неї привносяться нові знання, технології, прийоми, підходи для отримання результату, який широко затребуваний в суспільстві. Інноваційну діяльність підприємства можна визначити як спільну роботу всіх працівників, спрямовану на створення і впровадження нововведення.

Інноваційна інфраструктура – сукупність організацій (особливі економічні зони, спеціальні фінансові структури, технопарки і тому подібні організації), що сприяють здійсненню інноваційної діяльності

Інноваційна політика – комплекс заходів, спрямованих на розвиток інноваційної діяльності, на формулювання конкретних цілей розробки і впровадження інновацій, основний напрямок стратегічного планування.

Інноваційна програма – комплекс інноваційних проектів та заходів, узгоджений за ресурсами, виконавцями і строками їх здійснення і забезпечує ефективне вирішення завдань з освоєння і поширенню принципово нових видів продукції і технологій.

Інноваційна стратегія – визначення найбільш ефективних шляхів розвитку, системи відбору і реалізації нововведень, що

базується на довгостроковому прогнозуванні, обліку внутрішніх і зовнішніх факторів і ресурсних обмеженнях.

Інноваційна сфера – частина системи економічних відносин в процесі виробництва, розподілу та споживання нововведень, заснованих на участі в інноваційній діяльності приватних підприємницьких структур і держави. Це сукупність господарських галузей і видів суспільної діяльності, які не беруть безпосередньої участі у створенні матеріальних благ, але виробляють споживчі вартості особливого роду, необхідні для розвитку матеріального виробництва.

Інноваційне підприємництво – вид комерційної діяльності, що характеризується розвиненістю і гнучкістю своєї функціональної структури, широкими адаптаційними можливостями і використанням венчурного (ризикового) капіталу.

Інноваційний менеджмент – сукупність принципів, методів і форм управління процесами інноваційної діяльності, організаційними структурами і їхнім персоналом.

Інноваційний потенціал – сукупність матеріальних, фінансових, інтелектуальних, науково-технічних та інших ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності.

Інноваційний проект – комплекс взаємопов'язаних програм, що забезпечують ефективне досягнення конкретної інноваційної мети, узгоджених за ресурсами, строками і виконавцям і документально оформлених. Включає форми управління та процес здійснення інноваційної діяльності, комплект документів з обґрунтуванням і характеристикою цих заходів.

Інноваційний процес – сукупність послідовних дій, необхідних для перетворення ідеї в продукт (товар). Інноваційний процес забезпечує комерціалізацію винаходів, нових видів продуктів, послуг і технологій, рішень виробничого, фінансового, адміністративного або іншого характеру та інших результатів інтелектуальної діяльності.

Інноваційний ризик – ризик, пов'язаний з добровільним вкладенням капіталу у створення і реалізацію нових продуктів і технологій в цілях отримання надприбутку.

Інноваційний цикл – сукупність всіх етапів діяльності в період від пошуку нових ідей до їх використання, комерціалізації та розповсюдження. Включає дві складові: період створення новації і життєвий цикл інновації.

Інновація – конкретний результат будь-якої творчої, пов'язаної з ризиком діяльності, за допомогою якої розробляються, впроваджуються або просуваються на ринок нові блага, що суттєво відрізняються від колишніх благ, більш повно задовольняють потреби, відкриваються і освоюються нові ринки або досягаються інші конкретні цілі.

Інтелектуальна власність – виняткове право фізичної або юридичної особи на володіння, користування, розпорядження ідеальними об'єктами, вираженими в яких-небудь об'єктивних формах, що втілюють науково-технічне, літературне і інша творчість індивідуальних або колективних суб'єктів.

Інформаційні технології – процеси, що використовують сукупність засобів і методів збору, обробки, зберігання і передачі даних для отримання інформації нової якості про стан об'єкту, процесу або явища. Інформаційні технології носять всепроникний характер, сприяють ефективнішій роботі ринків, володіють глобальним характером і прискорюють інноваційні процеси.

Концесійна угода – договір, на підставі якого концесіонер зобов'язався за свій рахунок створити або реконструювати нерухоме майно і здійснювати його експлуатацію (об'єкт концесійної угоди), право власності на яке належить або належатиме концеденту. Виняткові права на результати інтелектуальної діяльності, отримані концесіонером за свій рахунок при виконанні концесійної угоди, належать концеденту, якщо інше не встановлене договором.

Латеральний маркетинг – це процес, який при додатку до існуючих товарів або послуг дає в результаті інноваційні товари або послуги, які задовольняють потреби цільових споживачів або ситуації, не охоплені в даний час.

Науково-дослідна діяльність – це діяльність, спрямована на отримання і застосування нових знань.

Національна інноваційна система (НІС) – сукупність державних, приватних та громадських структур та механізмів їх взаємодії, в рамках яких здійснюється діяльність зі створення, зберігання та розповсюдження нових знань і технологій. Забезпечує об'єднання зусиль державних органів управління всіх рівнів, організацій науково-технічної сфери та підприємницького сектора економіки в інтересах прискореного використання досягнень науки і технологій з метою реалізації стратегічних національних пріоритетів країни.

Національний режим – правове положення, згідно якого на іноземних юридичних і фізичних осіб поширюються всі права і переваги, якими користуються в даній країні юридичні і фізичні особи.

Нелінійні механізми – впливають на непередбачувану динаміку інноваційного процесу і визначають загальну поведінку бізнес-системи. До них відносяться: петлі взаємного посилення; петлі обмеження; механізми замикання; тимчасові затримки; механізми відбору; механізми створення інновацій і внесення в них коректив.

Нововведення (інновація) – результат впровадження досягнень людського розуму (нововведення) з метою отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, затребуваної суспільством.

Нововведення (новація) – оформлений результат досліджень, розробок чи експериментальних робіт з підвищення ефективності будь-якої сфери діяльності. Нововведення оформляються у вигляді: відкриттів; винаходів; патентів; ноу-хау; документації на технологію, управлінські процеси, стандарти, результати маркетингових досліджень і т. п.

Особлива економічна зона – частина території, на якій діє особливий режим підприємницької діяльності. Особливі економічні зони підрозділяються на: промислово-виробничі, техніко-впроваджувальні і туристсько-рекреаційні.

Передача інновації – акт поширення (дифузії) на комерційній або некомерційній основі, в різних формах, різними способами і за різними каналами інновацій.

Період створення новації – включає стадію зародження (виникнення ідеї, усвідомлення можливості інновацій), становлення (розробка ідеї) і освоєння (впровадження у виробництво, експеримент).

Підприємництво – ініціативна діяльність в комерційній або адміністративній сфері незалежно від сфери бізнесу, спрямована на систематичне отримання доходів або прибутку. Здійснюється підприємцем на свій ризик і під свою майнову відповідальність. Визначається трьома елементами: організаційними діями, ініціативою змін і грошовим доходом.

Планування інновацій – полягає в розробці основних напрямів і пропорцій інноваційної діяльності відповідно до певної мети і стратегії розвитку, можливостей ресурсного забезпечення і попиту на

ринку. Планування включає розробку заходів, методи досягнення цілей, забезпечення основи для ухвалення управлінських рішень.

Постачання послуги – згідно ГАТС торгівля послугами здійснюється за допомогою їх постачання, яка включає виробництво, розподіл, маркетинг, продаж і доставку послуги.

Промислова власність – права на винаходи, промислові зразки, корисні моделі, товарні знаки і знаки обслуговування, найменування місць походження товарів, фірмові найменування, конфіденційну інформацію.

Радикальні нововведення – пов'язані з наукою, науковими відкриттями, з появою помітних винаходів, які мають певну незалежність від суспільних потреб. Впровадження радикальних нововведень означає розрив з попередніми тенденціями, відкриває нову концепцію (технологічну, економічну, організаційно-управлінську) подальших удосконалень.

Ризик – невизначеність, пов'язана з ухваленням рішень, реалізація яких відбувається тільки з часом, і яка може призвести до непередбачуваних результатів в процесі створення і впровадження інновацій.

Стійкий розвиток туризму – взаємостосунки учасників туристичної діяльності, які дозволяють забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, пошана до збереження культурної спадщини і традиційних звичаїв приймаючих співтовариств і терпимість до їх сприйняття; довгострокову економічну вигоду для всіх зацікавлених кругів, включаючи постійну зайнятість і можливості доходів і соціальних послуг, що поступають. Принципи стійкості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму. Норми і практика управління стійким розвитком туризму застосовуються до всіх видів туризму і до всіх типів напрямів, включаючи масовий туризм і різні ніші туристських сегментів.

Технологічний устрій – це сукупність виробництв і технологій, які знаходяться приблизно на одному рівні технічного розвитку, створюють економічну систему, яка здатна здійснювати процеси виробництва і власного розвитку переважно за рахунок внутрішніх ресурсів. Відомо п'ять характерних історичних етапів економічного розвитку, кожний з яких пов'язаний з упровадженням нових науково-технічних досягнень. В даний час поступово починає формуватися шостий технологічний устрій. Основою шостого устрою є розвиток

біоінформатики, біо- і нанотехнологій, наноелектроніки, глобальних інформаційних мереж.

Технопарк – форма територіальної інтеграції науки, освіти і виробництва з метою оперативного впровадження науково-технічних розробок. Являє собою об'єднання наукових, конструкторських і виробничих підрозділів в умовах добре оснащеної інформаційної та експериментальної бази і високої концентрації кваліфікованих кадрів.

Товарний знак – зареєстроване в установленому порядку графічне, буквене або інше позначення, що служить для ідентифікації товарів і послуг, пропонувані однією фірмою від однорідних товарів і послуг інших фірм. Власник товарного знаку має виняткове право на використання товарного знаку або його варіантів для одних і тих же товарів або продукції. Товарний знак охороняється законом і може бути переданий іншим юридичним особам.

Туристські інформаційні системи (ТІС) – нова система бізнесу, яка обслуговує і надає інформаційну підтримку організаціям, які займаються е-туризмом (e-tourism) і е-подорожами (e-travel). Інформація, отримувана з цих джерел, може служити вихідною точкою для вирішення безлічі завдань, включаючи планування подорожей і зіставлення цін і динамічного створення пакетних турів.

Угода з торгових аспектів прав інтелектуальної власності (ТРАПС) – міжнародно-правовий документ, на основі якого здійснюється правове регулювання у сфері інтелектуальної власності. Угода базується на діючих міжнародних конвенціях і домовленостях між країнами-членами Всесвітньої торгової організації, регулюючих захист прав інтелектуальної власності.

Управління взаємостосунками із споживачем – складає частину стилю і методу роботи, орієнтованого не на продукт, а на споживача. Включає накопичення детальної інформації про споживачів або контакти з ними. Інформація охоплює соціально-демографічну характеристику, інтереси і вид діяльності, минулі і, можливо, майбутні потреби споживачів. Це дозволяє підвищити ефективність при виконанні заявок; активно приваблювати найперспективніших споживачів, пропонуючи продукти, максимально задовольняючи їх запити; створювати фундамент для довгострокових відносин зі споживачами, підтримуючи їх навіть за відсутності операцій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник : рек. МОНмолодьспорту України для студ. ВНЗ / Р. І. Балашова. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 183 с.
2. Бриль К. Г. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інноваційні технології в туризмі» для студентів всіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм» / К. Г. Бриль. – Чернігів : ЧНТУ, 2017 – 104 с.
3. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / В. О. Василенко, В. Г. Шматько; за ред. В. О. Василенка. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с.
4. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія / Зайцева В. М., Гурова Д. Д., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. – Запоріжжя: Дике Поле, 2015. – 144 с.
5. Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; під ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
6. Економіка туризму : [теорія та практика] : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк ; Львівський національний ун-т імені Івана Франка. – Київ : Центр учбової літератури, 2019 с.
7. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп./ С. М. Ілляшенко – Суми: ВТД «Університетська книга»; К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 324с.
8. Інноваційні технології в туризмі : Навчальний посібник / укл. А. Гуцол. – Северодонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. – 343 с.
9. Інновінг в туризмі : монографія / А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, Т. І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 532 с.
10. Кіптенко В. К. Організація екскурсійних послуг : підручник / В. К. Кіптенко, О. Ю. Малиновська. – Херсон : ОлдіПлюс, 2018. – 516 с.
11. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі : підручник / Н. Є. Кудла ; МОН України, Львівський ін-т економіки і туризму. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 327 с.

12. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк ; Львівський національний ун-т імені Івана Франка. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 334 с.
13. Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму : підручник / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко ; МОН України, Львівський національний ун-т імені Івана Франка. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 243 с.
14. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник : затв. МОН України для студ. ВНЗ / М. П. Мальська, В. В. Худо ; МОН України, Львівський нац. ун-т імені І. Я. Франка. – 2-ге вид., переробл. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 364 с.
15. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / за ред. СМ. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 615с.
16. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С. В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.
17. Менеджмент туристичної галузі: підручник / О. М. Білоусов, О. Є. Лугінін, О. С. Морозова, Л. В. Соколова. – Херсон : Гельветика, 2017. – 579 с.
18. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник / П. П. Микитюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 400 с.
19. Національна інноваційна система України: проблеми і принципи побудови / І. П. Макаренко, Н. М. Копка, О. Г. Рогожин, В. І. Кузьменко. – К. : Ін-т проблем національної безпеки, 2007. – 520с.
20. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч. посіб. – Вид. 2-ге, без змін./ І. А. Павленко – К.:КНЕУ, 2006. – 204с.
21. Смочко Н. М. Інноваційні технології в туризмі: Навчальний посібник / Н. М. Смочко – МДУ, 2012. – 253 с.
22. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту : рек. МОН України як навчальний посібник для студ. ВНЗ / М. В. Туленков. – 3-тє вид., стер. – Київ : Каравела, 2018. – 303 с. :
23. Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу : кредитно-модульний курс : навч. посібник : рек. МОН України як навч. посібник для студ. ВНЗ / Н. М. Тягунова, О. А. Спориш,

Л. В. Іржавська ; МОН України, ВНЗ Укоопспілки «Полтавський ун-т економіки і торгівлі». – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 129 с.

24. Управління інноваційними проектами: навч. посібник / Уклад.: Н. Н. Пойда-Носик, І. І. Черленяк. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2017. – 360 с.

25. Федулова, Л. І. Інноваційна економіка: підручник / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 477с.