

економічного зростання галузі. Застосування інформаційних технологій в управлінні дає змогу туристичним підприємствам значно підвищити свою конкурентоспроможність, гнучкість та адаптованість до змін ринкового середовища.

Список використаних джерел

1. Інформаційні технології та системи в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі / [М. М. Скопень, М. К. Сукач, О. П. Будя та ін.]. – Київ: Ліра-К, 201. – 766 с.
2. Купач Т. Г. Інформаційні технології та системи в туризмі [Електр. ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.geo.univ.kiev.ua/images/IT_v_tur.pdf
3. Global Distribution System (GDS) [Електр. ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.businessdictionary.com/definition/Global-Distribution-System-GDS.html>

Годнюк Святослав
Студент 1 курсу магістратури
спеціальності 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: **Славіна Н.А.**,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС ЯК ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток у будь-якій соціо-економічній системі відбувається через оновлення всіх її складових — матеріально-технічної бази, системи управління, суспільних відносин, способу і стилю життя. Категоріальний апарат інтелектуального бізнесу є важливим для опанування наукових підходів до управління нововведеннями. До таких категорій відносяться: —

інтелектуальна новація, нововведення; – інтелектуальна інновація; – життєвий цикл інтелектуальної продукції; – інтелектуально-інноваційна діяльність; – інфраструктура інтелектуального бізнесу; – технологічні засоби. Новація визначається як новий метод, принцип, новий порядок, новий продукт, новий процес, якісно відмінний від попереднього аналога, що є наслідком інтелектуальної діяльності, закінчених наукових досліджень та розробок [2].

Поняття новація вживається до всіх новин як у виробничій, так і в управлінській, фінансовій, науковій, навчальній, соціальній сферах. Новація стає нововведенням та інновацією з моменту впровадження у виробництво, побут, інші сфери діяльності. Відповідно до міжнародних стандартів, інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який дістав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або у новому підході до соціальних послуг. Життєвий цикл інновації визначають як період часу від зародження ідеї до розробки, створення, поширення, використання та утилізації інновації. З урахуванням послідовності науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, життєвий цикл інновацій розглядають як інноваційний процес, а період часу між появою новації (новини) і втіленням її у нововведення називають інноваційним лагом.

Особливістю інтелектуального бізнесу є важлива частка загального інноваційного розвитку підприємств, науково-практична гілка світових інновацій, а також цей бізнес має нематеріальну основу його об'єктів. Наприклад: комп'ютерні програми, бізнес-плани, інвестиційні проекти та інші. Ринок новацій, конкуренції і капіталів створює сферу інтелектуальної діяльності, котру визначають як діяльність колективу людей щодо забезпечення доведення науково-технічних ідей, винаходів до результату, придатного до практичного застосування та їх реалізації на ринку з метою задоволення потреб суспільства у конкурентоспроможних товарах та послугах. Одним із найважливіших аспектів цієї діяльності на підприємстві є

освоєння нових видів інтелектуальної продукції або методів її виробництва, доставки, реалізації. Така діяльність має комплексний, системний характер, бо включає наступні види робіт: пошук ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, що об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність [1].

Основою інтелектуального процесу є процес створення, впровадження і поширення інтелектуальної продукції, необхідною властивістю яких є науково-технічна новизна, практичне застосування та комерційна реалізованість. Інтелектуальний продукт — результати інтелектуальної, розумової, духовної та творчої діяльності, втілені у відкриттях, винаходах, патентах, наукових звітах і доповідях, проектах, раціоналізаторських пропозиціях, творах літератури, мистецтва, музики та ін. Таким чином інтелектуальний продукт створюється у процесі, який необхідно підтримувати та розвивати. На розвиток інтелектуального продукту впливають такі найважливіші чинники, як стан зовнішнього і внутрішнього середовища та його специфіка як об'єкта управління. Розрізняють три форми інтелектуального процесу: простий внутрішньо організаційний, простий між організаційний та розширений, кожний з яких розрізняють за способом поширення новації. Ефективність інтелектуального процесу визначається лише після впровадження інновації, оскільки тільки ринок дає оцінку її здатності задовольняти потреби суспільства. Структура інтелектуального процесу за економічною та організаційною ознакою в ньому вирізняють окремі етапи, стадії, фази. Життєвий цикл інтелектуального продукту визначається як період, що починається з фундаментальних та прикладних досліджень і включає всі етапи до моменту, коли нововведення потребує заміни його якісно новим, сучаснішим [2].

Інтелектуальний процес та його менеджмент Інтелектуальний менеджмент націлений, головним чином, на ефективне управління процесом розроблення, упровадження, виробництва та комерціалізації інновацій, при

цьому важливим моментом є синхронізація роботи функціональних підсистем, удосконалення координуючих дій операційної системи виробництва, управління персоналом і здійснення контролю за інноваційним процесом. Виходячи з цього, інноваційний менеджмент слід розглядати в трьох аспектах: як науку і мистецтво управління інноваційним процесом, як вид діяльності і як апарат управління. З таких позицій інтелектуальний менеджмент — це система управління, що активно впливає на підприємницьку діяльність, на розвиток інноваційної, інвестиційної, соціально-економічної, політичної діяльності як окремої організації, так і країни в цілому. Суб'єктом управління в інтелектуальному менеджменті є менеджери і спеціалісти різного рівня залежно від об'єкта управління. Об'єктом управління в інноваційному менеджменті є інтелектуальні процеси, інноваційна діяльність, інновації, економічні відносини між учасниками ринку інновацій. З позицій підприємства механізм управління інноваційною діяльністю завжди конкретний, оскільки спрямований на досягнення конкретних інноваційних цілей шляхом впливу на конкретні чинники, які забезпечують досягнення намічених цілей, і цей вплив здійснюється за допомогою використання конкретних ресурсів або потенціалів підприємства. Організація фірми та введення інтелектуального бізнесу у світовій ринковій практиці спостерігається зростання попиту на дослідно-прикладні розробки, що сприяє появі розмаїття організаційних форм взаємодії науки і виробництва, які забезпечують цілеспрямованість стосовно конкретного ринку інтенсивного впровадження результатів досліджень (новітніх технологій) у виробництво. На принципах інтеграції між фірмовою кооперацією розвивається науково-технічне співробітництво з науковими установами, центрами, університетами, інститутами, внаслідок чого виникають нові організаційні форми такої взаємодії. До них відносяться технопарки, технополіси, науково-промислові комплекси різних видів, підприємницькі галузеві асоціації, між фірмові стратегічні альянси [3, с.214].

Організація створення підприємства інтелектуального бізнесу в Україні включає надати наступні документи в місцеві органи реєстрації: заяву підприємця про реєстрацію підприємства, патент на винахід особисто автора або право наступника, бізнес-план на створення підприємства інтелектуального до малого та середнього бізнесу, інвестиційний проект до підприємства великого бізнесу, платіж за послугу єдиного реєстраційного вікна. Отже, інноваційний розвиток підприємств та інтелектуальний бізнес є головний напрям світового науково-технічного прогресу.

Список використаних джерел

1. Бошицький Ю.Л. Право інтелектуальної власності : навч. посіб. для студ. виш. навч. закл. / Ю.Л. Бошицький. — К.: Логос. 2007. - 488 с.
2. Вачевський В.М. Соціально-економічні аспекти використання інтелектуальної власності в сучасних умовах. Теорія і практика : навч. посіб. / В.М. Вачевський. - К. : ЦУЛ, 2004.
3. Славина Н.А. Ситуаційний аналіз в управлінні підприємством. ECONOMIC AND LAW PARADIGM OF MODERN SOCIETY, 2016. №1. С.212-217.

Годнюк Святослав,
Здобувач вищої освіти 1 курсу
ОС Магістр спеціальності «Менеджмент»
Науковий керівник: **Лаврук О.С.,**
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ ПРАЦІ

У зв'язку зі входженням України у глобальний економічний простір відбуваються постійні зміни, ускладнюються проблеми менеджменту,