

Науковий керівник: к.е.н., доцент *Гетьман О.О.*, Дніпропетровська державна фінансова академія.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА, КАК ГЛАВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И СОЦИАЛЬНО- ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ОБЩЕСТВА

Кравец В.В.

Государственное ВУЗ «Национальный горный университет»

Инновационный тип развития – это историческая тенденция, связанная с устойчивой реакцией на потребности и условия развития общества и проявляющаяся как сознательное и целенаправленное культивирование факторов развития во всех сферах общественной деятельности, факторов, в основе которых лежат инновации. Имеются в виду три сферы общественной деятельности: технология – отсюда инновационная экономика (производство и услуги); институции, совокупность форм экономической деятельности (от технологических сдвигов, ценностных устойчивых стереотипов производства и потребления) – отсюда инновационный менеджмент; социально-ценностная ориентация общества на изменения и свободный поиск – отсюда инновационная культура. Тенденции начала XXI века таковы, что инновационная экономика в большей степени формируется как подсистема инновационной культуры и социально-ценностных ориентаций, чем устойчивых стереотипов производства и потребления.

Эволюционный подход к изменению понимания научно-инновационного развития в соответствии с развитием технологической базы, рыночных основ, постиндустриализации, демократических перемен приводит к осмыслению сути инновационной экономики. В частности, в технологической сфере произошла трансформация движения научно-технического прогресса, как постепенного формирования новых систем машин на новых технологических принципах к научно-технической революции, как становлению череды ускоряющейся смены современных технологических укладов, а далее к инновационной экономике, как экономике становления инновационной жизни, инновационной культуры.

Аналогичная трансформация происходит и в других сферах экономического и общественного развития, прежде всего, в сфере услуг. В мире происходит рост масштабов инновационной деятельности. НИОКР занимает все большую долю в инвестиционных расходах, превышая в наукоемких отраслях расходы на приобретение оборудования и строительство. Если в начале 1990-х годов производство наукоемкой продукции в мире возрастало с темпом 6,2% в год, а производство обычных промышленных товаров увеличивалось только на 2,7%, то в начале XXI века объемы производства наукоемких отраслей возрастали на 11% в год, что было вчетверо быстрее, чем в остальных отраслях.

Инновационная экономика – это экономика, в которой господствует инновационный принцип хозяйствования, суть которого состоит в том, что главным источником различных нововведений начинают выступать наука и образование, научно-инновационный процесс, предпринимательство, культура. Экономика знаний требует особых качеств человеческого капитала, наращивания когнитивного капитала, возможно более гибкой и свободной системы принятия индивидуальных решений, основанных на креативности любого субъекта научно-инновационного процесса. Существенными чертами инновационной экономики, показывающими принципиальное ее отличие, инновационного от индустриального этапа развития экономики являются следующие:

– инновационная готовность, охватывающая все сферы производства, услуг, нематериальной сферы, финансов, организации и управления, технологии, институтов, норм поведения, готовность к новаторству и изменениям, зависимость от инновационной культуры;

– с учетом опыта развитых стран, где реализован переход к инновационной экономике: ведущими звеньями становятся крупные корпорации и изобретатели (и инноваторы-предприниматели); интеграция трансформационных и трансакционных издержек; доминирование динамической конкуренции; встроенность инновационного процесса в культурные и экономические процессы; стратегический характер государственной политики в области инновационной культуры;

– огромная скорость изменений производства и управления (что подтверждается массой статистических сведений затратных и результирующих показателей инновационного развития экономики), рост наукоемкости отраслей, переход к новому культурно-технологическому укладу как сумме технологий и переход к информационным и биотехнологиям, *нано-* и *когнитивным технологиям*, к социотехнологическим системам, экономико-экологическим системам, смена условий и среды обитания (социальной сферы), разнообразие инфраструктурных элементов;

– сильная зависимость от производства, распространения и применения новых знаний, существенное повышение значимости науки, образования и культуры для экономического развития, ведущее к особой роли информатики и коммуникаций, требующих сетевых и самоорганизующихся форм и адаптационных механизмов быстрого реагирования, интерактивных технологий;

– мобильность и институциональное многообразие знаний, в том числе «инфраструктурных», мегакультурных, не принадлежащих конкретному предприятию или исследовательскому консорциуму, новая конфигурация выполнения научно-инновационного процесса («расщепленный» на два подпроцесса: один – проведение научных разработок и создание технологий; другой – встречный – создание бизнес-концепций формирования новых сегментов рынка и продукции, проведение научных разработок для ее реализации).

Инновационная культура как особая форма человеческой культуры предполагает тесную взаимосвязь с другими ее формами, прежде всего, с правовой, управленческой, предпринимательской, корпоративной. Через инновационную культуру можно добиться существенного влияния на всю культуру профессиональной деятельности и производственных отношений людей. В этой связи не следует забывать культурологическую и мировоззренческую, функции фундаментальной науки. И в этом ключе повышать престиж творчества, его свободы, стимулирования. В частности с целью популяризации необходимо развивать формы соединения науки и искусства, особенно для телевизионных программ, учесть опыт такого рода создания новых форм в творчестве известных художников, архитекторов и писателей. Необходимо возобновить публичный диалог между философией и религией, поскольку обе эти формы познания направлены на проблемы преобразования человека, его духовной сферы, то есть работают на готовность к переменам. Это позволит более полноценно проектировать формы социальной, политической и экономической жизни.

В области инновационной культуры следует переходить к активным «атакующим» действиям средств массовой информации против мифологем в общественном сознании, затрудняющим и замедляющим инновационную восприимчивость общества, готовность к радикальным нововведениям в производство и быт. Справедливо, на наш взгляд, ставится более широко вопрос о необходимости готовности общества к модернизации.

В этой связи культурный контекст приобретает важную, возможно, определяющую роль при переходе к инновационной экономике. Старт формированию инновационной экономики в стране дан, есть обнадеживающие подвижки. Однако подход по-прежнему не является системным, концептуальные подходы появляются и не реализуются, наукоемкость отраслей, территорий и корпораций сравнительно невелика, не развита инновационная институциональная среда, масштабность инновационной сферы мала. К тому же даже так называемые «догоняющие» страны нас опережают. Ликвидация отставания тоже требует, видимо, времени для осознания драматичности ситуации и понимания, каких принципиальных трансформаций не хватает. Корни проблемы торможения процесса формирования инновационной экономики, как показывает ряд исследований, заключаются в создании:

- определенного общекультурного контекста;
- необходимости ликвидации бюрократического пресса;
- модернизации экономики и общества.

Инновационная экономика, как подсистема инновационной культуры, предъявляет особые требования к обществу, определяет культурный феномен реформирования, становление культуры инновационного типа. Исследуя тренды эволюции инновационного развития экономики развитых и так называемых «догоняющих» стран, ученые показывают, что в основание инновационной культуры положена необходимость сочетания традиционных

культурних цінностей с продуктивними культурними цінностями, что дает определенное конкурентное преимущество.

Неоціненою становиться роль науки в формуванні мировоззрення, виховання творчого мислення. Відношення державства к науке и ученым с использованием разных средств предопределяет благоприятность инновационного культурного фона.

ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Кришень В.В.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»

Жодна цивілізована країна не може ефективно функціонувати без належного рівня розвитку готельної справи. Наявність комфортабельних готелів є не тільки наслідком розвитку потреб, а й важливим чинником інтенсифікації міжнародних зв'язків вітчизняних підприємств.

Коли конкуренція ведеться переважно в неціновій сфері, є доцільним застосування стратегії диференціації, яка належить до групи глобальних стратегій, що визначають домінуючий спосіб отримання підприємством конкурентних переваг.

Диференціація базується на спеціалізації підприємця у виготовленні особливого (іноді незвичайного) продукту(або послуги), який являє собою варіант модифікації стандартного продукту. Такий продукт стає незамінним для споживачів у тому разі, якщо аналогічні стандартні продукти їх не повністю влаштовують. Диференціація продукту здійснюється за фізичними атрибутами, рівнем обслуговування, персоналом, місцем розташування виробника продукту або за його іміджем.

Прикладом диференціації готельного продукту за фізичними атрибутами можуть служити відреставровані класичні готелі, яким притаманна величність минулого. Їх архітектура й старовинне оздоблення створюють своєрідну атмосферу вишуканого комфорту, недосяжну для готелів-новобудов.

Прикладом диференціації готельного продукту за типом обслуговування може стати стиль обслуговування в готелі, який здійснює реєстрацію прибулих клієнтів безпосередньо у номері. Інший приклад: ресторан пропонує клієнтам здійснювати попередні телефонні замовлення й резервування столиків, скорочуючи таким чином час очікування в самому ресторані. Отже, підприємство може досягти ефекту диференціації продукту, надаючи послуги, найзручніші для цільового ринку.

Сутність диференціації продукту за персоналом полягає в тому, що підприємство набуває конкурентних переваг, наймаючи фахівців вищого «гатунку», ніж конкуренти.

Диференціація продукту за персоналом вимагає скрупульозного підбору працівників, які вступають у безпосередній контакт з клієнтами, в основі якого лежить відмінне професійне навчання. Працівники повинні бути