

**Мукачівський державний університет**

**Смочко Н.М.**

# **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ**

**Навчальний посібник**

**Мукачево 2012**

Смочко Н.М. Інноваційні технології в туризмі: Навчальний посібник. – МДУ, 2012. – 253 с.

## ЗМІСТ

Передмова	5
<b>ТЕМА 1. ТЕОРІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ</b>	8
1.1. Характеристика інноваційних теорій	8
1.2. Інновації як передумови економічного розвитку	15
1.3. Роль інновацій у стабілізації вітчизняної економіки	18
1.4. Підприємницька діяльність у сфері туризму	19
1.5. Роль підприємця в інноваційних процесах	29
1.6. Класифікація інновацій	34
1.7. Життєвий цикл інновацій	40
<b>ТЕМА 2. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ТУРИЗМІ</b>	43
2.1. Загальна характеристика інноваційного процесу	43
2.2. Структура інноваційного процесу	49
2.3. Інноваційна діяльність у сфері туризму	59
2.4. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації туристичного продукту	61
2.5. Інновації в управлінні туристичними підприємствами	63
2.6. Динамічне моделювання туристичного бізнесу	64
2.7. Управління інноваціями	70
2.8. Управління знаннями	74
<b>ТЕМА 3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	76
3.1. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі	76
3.2. Роль Всесвітньої туристської організації в стимулюванні виникнення і розповсюдженні інновацій	78
3.3. Принципи гармонійного розвитку готельно-ресторанного бізнесу і туризму	81
3.4. Мета і принципи державної інноваційної політики	86
3.5. Засоби державного регулювання інноваційної діяльності	91
3.6. Система державного регулювання інноваційної діяльності	105
3.7. Регулювання інноваційної діяльності в технологічно-розвинених країнах світу	118
<b>ТЕМА 4. ІНФОРМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ</b>	124
4.1. Поняття, розвиток і застосування інформаційних технологій у туризмі	124
4.2. Інформаційні ресурси Інтернет в туристичній діяльності	133
4.3. Туристичні інформаційні термінали	136
4.4. ІТ - рішення для туристичних компаній	136
4.5. Геоінформаційні технології в туризмі	139
4.6. Глобальні розподільні системи	142
4.7. Віртуалізація інформаційного забезпечення туриста	144
<b>ТЕМА 5. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ В ТУРИЗМІ</b>	149
5.1. Зміст та види інноваційних проектів	149
5.2. Етапи розробки інноваційних проектів	159

5.3.	Сучасні види та форми туризму	163
<b>ТЕМА 6. ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>		188
6.1.	Інтелектуальна власність в інноваційних процесах	188
6.2.	Охорона і захист інтелектуальної власності	192
6.3.	Використання прав на інтелектуальну власність	196
6.4.	Захист інтересів України в інноваційній сфері	214
<b>ТЕМА 7. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ</b>		226
8.1.	Сутність проблеми оцінювання ефективності інновацій	226
8.2.	Види ефективності інноваційних проектів	233
8.3.	Методи оцінювання економічної ефективності інноваційної діяльності	239
	Список термінів	243
	Література	251

## ПЕРЕДМОВА

Ринкові умови господарювання створюють для більшості ринкових суб'єктів середовище високої конкуренції, яке вимагає від них здатності формувати конкурентні переваги як у сфері виробництва товарів, так і в сфері їх просування на ринок. Конкурентні переваги досягаються завдяки впровадженню новацій – суттєво нових методів і засобів здійснення виробничої та комерційної діяльності.

Підприємницька діяльність ґрунтується на новій ідеї задоволення споживчого попиту в певних товарах чи послугах. Пошук цієї ідеї є реакцією підприємців на зменшення доходу від своєї діяльності, обумовлене насиченням певного сегмента ринку відповідними товарами. Можливість створення та використання новації суб'єктами господарювання залежить від загального рівня науково-технічного розвитку країни і ресурсних можливостей. Чим радикальнішою (наукоємнішою) є ідея, взята за основу інновації, тим довшим буде її життєвий цикл і більшим ефект від її комерціалізації.

Аналіз сучасної економічної практики свідчить, що високих результатів підприємства можуть досягати лише за систематичного і цілеспрямованого новаторства, націленого на пошук можливостей, які відкриває середовище господарювання щодо виготовлення і впровадження нових видів товарів, нових виробничих і транспортних засобів, освоєння нових ринків і форм організації виробництва. Це передбачає особливий, новаторський, антибюрократичний стиль господарювання, в основі якого – орієнтація на нововведення, систематична і цілеспрямована інноваційна діяльність.

Тому для сучасної економіки є найважливішим завданням оволодіти знаннями та навичками у сфері інноваційної діяльності.

### **Мета навчального посібника:**

❖ розширення і поглиблення у студентів знань сучасного стану і перспектив розвитку нутриціології, наукового обґрунтування використання інноваційних методів обробки сировини, опанування студентами теоретичних, практичних навичок та реалізації їх при конструюванні новітніх харчових

продуктів функціонального призначення; вміння діагностувати технології кулінарної продукції як цілісні технологічні системи, спрямовані на вдосконалення існуючих та розроблення більш ефективних інноваційних технологій; вміння визначати особливості і динаміку трансформації форматів закладів ресторанного господарства у відповідності до змін ресторанного бізнесу; створення і напрями розвитку інноваційних форм сервісу різноформатних закладів ресторанного господарства та розширення і поглиблення у студентів знань щодо інноваційних форм надання професійних послуг;

❖ оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навичками організації та управління інноваційними технологіями в готельному господарстві оснований на результатах наукових досліджень у галузі;

❖ ознайомлення із теоретичними основами інноваційного менеджменту в туризмі, розроблення та запровадження інноваційного туристичного продукту, використання інноваційних технологій у його формуванні, обслуговуванні туристів; застосування нових інформаційних технологій комплектування, просування та продажу турів; формування знань щодо новітніх механізмів та методів управління міжнародними та вітчизняними підприємствами сфери туризму.

**Предмет** вивчення є – процес, в ході якого наукова ідея доводиться до стадії практичного використання і починає давати економічний ефект, тобто набуває економічного змісту, а його результат (нововведення) доведене до стадії комерційного використання і одержання ознак ринку.

Відповідно до визначеної мети для досягнення практичної підготовки та формування відповідних компетенцій **завданнями** дисципліни є:

- надання теоретичних та практичних знань із дисципліни;
- ознайомлення з основними напрямками і методичними підходами до конструювання інноваційних харчових продуктів;
- удосконалення існуючих та розроблення інноваційних технологій харчових продуктів на основі останніх досягнень науки і техніки;

- дослідження закономірностей формування асортименту кулінарної продукції і напоїв спеціального призначення, дитячого харчування, у готельно-ресторанних комплексах, визначення перспектив його розвитку для різних контингентів споживачів;
- ознайомлення з новою філософією підходу до створення і пропозиції меню в закладах ресторанного господарства різного формату;
- дослідження розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства та їх трансформації на сучасному вітчизняному ринку;
- ознайомлення з інноваційними формами обслуговування та формами надання професійних послуг у закладах ресторанного господарства;
- критичний аналіз теорій інноваційного розвитку готельного господарства, характеристика інноваційних ознак та форм розвитку економіки;
- обґрунтування необхідності застосування методів прогнозування і планування нововведень на рівні готельних підприємств як інструментарію реалізації інноваційних технологій;
- визначення основних вимог до побудови системи організаційних, соціальних, інфраструктурних, технологічних та економічних інновацій готельних підприємств;
- ознайомлення з інноваційними технологіями у сфері туристичних послуг, спектром новітніх технологій, використовуваних у туризмі.

## ТЕМА 1. ТЕОРІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

### 1.1. Характеристика інноваційних теорій

Публікації, які висвітлюють проблеми інновацій, розвитку інноваційних теорій, ґрунтуються переважно на результатах досліджень закордонних економістів.

Одним із перших вчених, який досліджував інновації як фактор економічного зростання, є австрійський економіст І. Шумпетер. У своїй праці «Теорія економічного розвитку» (1911) він виділяє п'ять типів інновацій, вперше наводить визначення інновацій. При цьому І. Шумпетер розглядає інновацію як фактор, що, з'явившись на ринку, може забезпечити додатковий дохід. В цьому разі деякими авторами ведеться мова про економічні інновації, які зорієнтовані на прибуток.

Професор Нью-Йоркського університету Д. Сахал серед комплексу проблем і закономірностей розвитку науки й техніки розглядає особливості формування інноваційних циклів. Його розрахунки вказують на можливість здійснення деяких розбіжностей у якостях продуктивних і технологічних інновацій.

Концепція нерівномірності інноваційної активності займає важливе місце у сучасних дослідженнях НТП у високорозвинених країнах. Основні положення цієї концепції були висловлені в 1930-ті рр. І Шумпетером, а потім подальший розвиток концепція одержала в 1970-х — початку 1980-х рр. у роботах західноєвропейських дослідників — Г. Менша, Х. Фрімера, Я. Ван Дейна, А. Кляйнкнехта.

Гіпотезу про те, що інновації з'являються в економічній системі нерівномірно, а у вигляді кластерів (більш-менш одночасно освоєних об'єднаних новацій) уперше висловили І. Шумпетер і Г. Менш.

*Кластер* — це сукупність базисних інновацій (цілісна система продуктів і технологій), сконцентрованих на певному відрізку часу й у певному економічному просторі. Я. Ван Дейном різні фази соціально-економічного й науково-технічного розвитку представлені у вигляді «довгої хвилі». Теорії «довгих хвиль» акцентують увагу на визначенні довгострокових



квазіперіодичних коливаннях. Із цією метою Я. Ван Дейн розробив типологію інновацій, розділивши їх на групи:

- основні продуктові інновації (які формують нові ринки й лежать в основі нових галузей);
- продуктові інновації, що доповнюють (розширюють ринок в існуючих галузях);
- основні технологічні інновації (складовий базис великих технологічних систем);
- технологічні інновації, що доповнюють.

Х. Фрімер ввів категорію *нові технологічні системи* (комплекс інновацій, зв'язаний загальною технологічною базою, поширення яких сильно впливає на багато чого, навіть безпосередньо не пов'язане з іншими галузями економіки) і *технологічної революції* (її зміст полягає в зміні техніко-економічної парадигми, а розширення пов'язане з рухом «довгих хвиль» економічної кон'юнктури).

Інноваційна «довга хвиля» складається із двох «гребенів» («хвилі» відкриттів і «хвилі» інновацій), які в міру її поширення зближаються (лаг між відкриттями й інноваціями зменшується з розвитком «хвилі»). Однак відстань між послідовними «хвилями» (як відкриттів, так і інновацій) відрізняється стабільністю й становить близько 55 років. Це було відзначено Г. Меншем і пов'язане з Кондратьєвським великим циклом у економічному розвитку.

Г. Менш пояснює нерівномірність інноваційної активності особливостями функціонування ринкової економіки. Орієнтуючись на поточний прибуток, підприємці керуються економічною кон'юнктурою, упускаючи з поля зору довгострокові альтернативи технічного розвитку. До впровадження радикальних інновацій вони приступають тільки внаслідок різкого падіння ефективності інвестицій у традиційних напрямках, коли вже накопичені значні зайві потужності, і уникнути спаду економіки у фазі глибокої затяжної депресії не вдається. У фазі депресії впровадження базисних інновацій є єдиною можливістю прибуткового інвестування й, в остаточному підсумку, інновації перемагають депресію. Г. Менш вважає, що депресія відіграє роль

генератора умов для прояву інновацій, які становлять технологічний базис нової довгої хвилі.

Протилежна точка зору Х. Фрімена, який вважає, що депресія швидше придушує ніж прискорює впровадження інновацій. Більш придатним поясненням ролі депресії буде її непряме значення. Під час депресії збільшиться соціальна напруга. її зняття вимагає різного роду змін, що створює у свою чергу сприятливі можливості для організаційних інновацій. Останні створюють замови зміни технологічної структури економіки, «розчищаючи ґрунт» для технологічних інновацій. Тому, вважає Х. Фрімен, шторм інновацій трапляється під час поживлення чи буму.

А. Кляйнкнехт підкреслює, що інновації ризиковані, і під час депресії стратегія максимізації прибутку змінюється стратегією мінімізації втрат і невизначеності. Але ризик — поняття відносне. Під час підйому існують можливості поліпшуючих інновацій у швидко розвинених напрямках техніки, що під час депресії стають безперспективними, внаслідок чого менш ризикованими виявляються радикальні продуктові інновації. Він вважає, що в період підйому економіки більша увага звертається на поліпшуючі і технологічні інновації.

Загально визнано, що в основі механізму інноваційної діяльності лежить прибуток. Здійснення первинних і вторинних інновацій має свої особливості. Що стосується конкретного механізму первинних інновацій, то тут є два підходи, розходження між якими стосується того, на яку стадію загально економічної кон'юнктури приходиться основна маса базисних інновацій.

Перший підхід представлений у дослідженнях Г. Менша й А. Кляйнкнехта. Вони думають, що погіршення стану фірми породжує стимул до інновацій. І навпаки, коли справи фірми процвітають, у неї немає необхідності що-небудь серйозно змінювати у вже налагодженому виробництві. М. Менш вказує, що кінець процвітання старих галузей збільшує схильність власників капіталу до інвестування в нову продукцію і технологію, незважаючи на те, що прибуток у фазі депресії малий, власники бачать у внеску капіталу в інновації

менше ризику, ніж у внеску в стару продукцію і технологію чи боргові зобов'язання.

А. Кляйнкнехт, у свою чергу, підкреслює, що в період тривалих економічних криз і відбувається перехід фірми від стратегії максимізації прибутку (якої вона дотримується в період процвітання) до стратегії мінімізації відносного ризику. Доти, поки вже існуюча продукція і технологія приносять істотний прибуток, схильність до інновацій невелика, оскільки інноваційна діяльність завжди пов'язана з ризиком. Коли ж настає тривала криза і перспективи в традиційних галузях погіршуються, ризик інновацій уже не є нездоланною перешкодою, тому що будь-які інші інвестиційні альтернативи можуть показатися ще більш ризикованими. Загальний висновок з цієї схеми — найбільша кількість базисних інновацій приходиться на важкі і тривалі депресії.

Другий підхід відстоюють Х. Фрімен, Дж. Кларк, Л. Суте. На їх погляд, саме процвітаюча фірма, впевнена в перспективах розширення ринку і росту прибутків, виявляє підвищену інноваційну активність. У випадку ж утруднень фірмі стає вже не до технологічних новацій, оскільки виростає ступінь ризику, пов'язаного з інноваціями. Звідси висновок: основна маса первинних інновацій реалізується в період довгострокового погіршення кон'юнктури.

Протиріччя між двома підходами зводиться до того, як оцінюється період внутріфірмового планування. Прихильники другого підходу думають, що цей період відносно малий. Прихильники першого підходу цей період, навпаки, вважають відносно великим, відповідно фірми заздалегідь враховують можливості майбутнього росту обсягу продажів і прибутків і здійснюють інновації, не чекаючи дійсного початку цього росту. Саме в момент переходу від стратегії максимізації прибутку до стратегії мінімізації ризику і відбувається розширення об'єму внутріфірмового планування, тому що фірма буде заздалегідь планувати ризик і збитки, якщо тільки не розглядає їх як тимчасові. Механізм вторинної інновації тісно пов'язаний з теорією життєвого циклу інновацій. Відповідно до цієї теорії кожна базисна інновація приводить до створення нової галузі виробництва, що послідовно проходить цикл свого

розвитку від початкового періоду різкого росту через стадію зрілості до поступового спаду. Цей процес відбувається в двох вимірах: по вертикалі (від більш істотних інновацій до менш істотних) і по горизонталі (від малої поширеності інновації до повного насичення нею ринку).

Вертикальна складова життєвого циклу інновацій описується в дослідженні Я. Ван Дейна чотирма фазами розвитку нової галузі. У першій фазі (впровадження) існує велика розмаїтість потенційних продуктових інновацій, але їхній вибір утруднений недоліком інформації про майбутній платоспроможний попит. У другій фазі (ріст) характер попиту в основному визначився і кількість продуктових інновацій різко скорочується. Одночасне збільшення обсягу продажів і стандартизація технології стимулюють технологічні інновації, що зменшують витрати виробництва. У третій фазі (зрілість) темпи росту випуску продукції знижуються, загострюється конкуренція в результаті диференціації продукції. Інновації зводяться до окремих покращень уже працюючої технології, причому зони починають зміщатися від матеріало- і енергозберігаючих технологій до трудозберігаючих. І, нарешті, у четвертій фазі (занепад) обсяг продажів знижується, і насичення ринку компенсується трудозберігаючими технологічними інноваціями. Таким чином, у процесі життєвого циклу галузі відбувається поступове витіснення продуктових інновацій технологічними.

Горизонтальна складова життєвого циклу інновацій описується схемою, розробленою С Девісом, Е. Менсфілдом, А. Ромео. Темп приросту кількості фірм, що споживають інновацію, прямо пропорційний частині фірм, які поки що не споживають її, у загальній кількості потенційних споживачів. Швидкість дифузії інновації зростає з ростом її прибутковості і падає зі збільшенням її капіталоємності. Дифузія інновацій відбувається швидше в наукомістких галузях. Швидкість дифузії залежить також від кваліфікації вищого менеджменту, розподілу сукупності фірм даної галузі за розмірами і т. п.

Завершальною ланкою розглянутої теорії інновацій є аналіз взаємозв'язків між нерівномірністю інноваційної діяльності, з одного боку, і довгостроковими тенденціями зміни загальноєкономічної кон'юнктури — з іншої.

Дослідження «просторового» аспекту нерівномірності інновацій ведеться на двох рівнях — галузевому і регіональному. На галузевому рівні виділяється лідируючий сектор чи група галузей на підставі двох критеріїв:

- лідируючий сектор, по-перше, являє собою фазу росту життєвого циклу базисних інновацій;
- по-друге, демонструє більш високі темпи росту. Лідируючий сектор — це галузі, яким властиві загальні ознаки:
  - більш високий рівень кваліфікації управлінського персоналу;
  - більш великі розміри окремих галузей виробничих одиниць;
  - більш істотна економія на масштабах виробництва;
  - велика «незахищеність» від конкуренції з іноземними фірмами.

Відповідно до досліджень А. Ван дер Цвана, лідируючий сектор у значній мірі збігається з виробництвом інвестиційної продукції. На його думку, це пояснюється тим, що в даному секторі промисловості галузі мають відносно короткий життєвий цикл у результаті постійного і сильного тиску субінститутів (замінників).

Регіональний розріз «просторового» кластера пов'язаний з аналізом міждержавних розходжень і розроблений у дослідженнях Лж. Вея. Ці розходження виражаються в тім, що країна, у якій кожна з прийнятих інновацій поширюється швидко й у великих масштабах, розвивається швидше, ніж ті країни, у яких аналогічний процес почався пізніше і йде повільніше.

Перехід від однієї базисної інновації до їхнього об'єднання у вигляді кластера — це не просто формальна процедура, а перехід до якісної категорії, що відноситься до макрорівня.

Заслуговує на окрему увагу оригінальне дослідження відомого російського вченого М. Д. Кондратьєва, присвячене інноваціям, інноваційному процесу, проведене ще в 1920 рр. Він обґрунтував ідею циклічного розвитку суспільства, точніше, циклічності оновлення. Кондратьєв відмічає, що НТП розвивається у вигляді коливання хвиль з циклами протяжністю приблизно в 50 років. Головну роль він відводив науково-технічним інноваціям.

Так, *перша хвиля* (1785—1835 рр.) циклі вирішальне значення мали інновації та зрушення в текстильній промисловості та виробництві чавуна, використання енергії води.

В період *другої хвилі* (1830—1890 рр.) важливим було будівництво залізничного транспорту і механічного виробництва у всіх галузях на основі парового двигуна.

*Третя хвиля* (1880—1940 рр.) базується на використанні у промисловості електричної енергії, розвитку важкого машинобудування, нові відкриття в галузі хімії. Були впроваджені радіозв'язок, телеграф, автомобілі, літаки, також розпочате застосування кольорових металів, алюмінію. Здійснюється концентрація банківського і фінансового капіталу.

*Четверта хвиля* (1930—1990 рр.) сформувала уклад, оснований на подальшому розвитку енергетики із використанням нафти і нафтопродуктів, газу, засобів зв'язку, нових синтетичних матеріалів. Це ера масового виробництва автомобілів, тракторів, літаків. З'явилися і розповсюдились комп'ютери і програмні продукти для них, радари.

*П'ята хвиля* (1985—2035 рр.) характеризується досягненнями в галузі мікроелектроніки, інформатики, біотехнології, освоєння космічного простору. Здійснюється на основі Інтернету тісний зв'язок в області технології, контролю якості продукції, організація поставок.

Так, Кондратьєв показав, що нововведення розподіляються за часом нерівномірно, з'являючись тупами, чи, по сучасному, кластерами.

Висновки його досліджень можуть бути використані при опрацюванні інноваційних стратегій.

Колишній канцлер ФРН Хельмут Шмідт сформулював завдання науки і виробництва в такий спосіб: У промисловості варто робити продукти і вироби, виробництво яких для інших недоступне і не буде доступним протягом найближчих 10 років. Це означає, що необхідно прагнути до розробки нових технологи і завоювання нових ринків. Чого можна досягти тільки шляхом прискорення інноваційних процесів?

Зростаючий вплив нововведень на розвиток економіки і бізнесу вже стали усвідомлювати більшість господарських керівників і підприємців України. Тільки з інноваціями сьогодні пов'язуються найбільші успіхи в бізнесі і підприємництві, а тому необхідно вивчати і застосовувати сучасні методи і форми інноваційного менеджменту.

У рамках інноваційної теорії розробляються і практичні рекомендації з подолання затяжної економічної депресії.

Найбільш надійний засіб, з погляду розглянутої концепції, - масове здійснення базисних інновацій. Засоби для цього можуть бути різними:

- пасивне чекання «природного» закінчення депресії (Г. Менш);
- штучне стимулювання інновацій (Х. Фрімен);
- здійснення інсталяційних змін.

Це може відбуватися з метою не тільки прискорення виходу з кризи, але й недопущення поглиблення кризи для того, щоб забезпечити економіці можливість самій використовувати стимулюючу роль депресії для активізації інноваційної діяльності (А. Кляйнкнехт). Варто підкреслити, що всі положення сучасної теорії інновацій відносяться до ринкової економіки, тобто обов'язковою умовою дії механізму інновацій є наявність ринкового середовища. Тільки в такому середовищі можливий природний процес виникнення і поширення економічно ефективних інновацій.

При цьому необхідно відзначити складність проведення досліджень у розглянутій галузі, тому що поки ще недостатній досвід інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств в умовах ринкових відносин. Тому сьогодні вкрай важливо, вивчаючи і використовуючи досвід країн з розвинутою ринковою економікою, розробляти власні науково-практичні рекомендації для організації менеджменту інноваційною діяльністю в окремій організації й економіці країни в цілому.

### ***1.2. Інновації як передумови економічного розвитку***

Нововведення, зміни є результатом науково-технічного прогресу. Саме реалізація, впровадження інновацій в реальному житті, використання продуктів

розумової праці — ідей і винаходів, зумовлює створення нових видів продукції, кращих за властивостями товарів та нових прогресивних технологій.

В умовах сучасної ринкової конкуренції важливою умовою успіху для кожної організації є виробництво конкурентоздатної продукції. Тому підприємства промислово розвинених країн змушені проводити свідому інноваційну стратегію, збільшуючи обсяги виробництва, реалізації та прибутку; підвищуючи продуктивність праці, освоюючи та поставляючи на ринок якісно нові види продукції, постійно вдосконалюючи технологію їх виробництва.

Необхідною умовою успіху є постійне оновлення асортименту продукції, вдосконалення технології її вироблення. Перенасичений ринок змушує виробників відмовлятися від інерційних технологічних та організаційних структур, створювати ризикові фірми та ризикові капітали, розширювати виробництво, переходить на випуск наукомісткої продукції.

Виходячи із положення України у світовому економічному співтоваристві як потенційно високорозвиненої аграрної держави, для аграрного сектору країни інновації виступають єдиною, обов'язковою умовою економічного зростання. Застосування інновацій у сільськогосподарському виробництві може здійснюватися у декількох напрямках.

По-перше, вдосконалення технічного розвитку та організації виробництва, складовими елементами якого може бути:

- механізація та автоматизація виробництва;
- впровадження передових ресурсозберігаючих технологій, ноу-хау, передових засобів обробки ґрунту, прогресивних технологій вирощування сільськогосподарських культур, відгодівлі тварин;
- застосування стимуляторів росту рослин та тварин;
- обробка насіння культур екстрактами, біопрепаратами;
- впровадження наукової організації праці, нових форм економічних взаємовідносин (оренди, лізингу);
- організація переробки продукції, розширення асортименту, підвищення якості, вдосконалення фасування та пакування продукції;



- організація нових виробництв та промислів (органічні добрива, сувеніри);
- освоєння виробництва нових видів сільськогосподарських культур (амарант) та інше.

По-друге, здійснення капітального будівництва з метою розширення, вдосконалення та оновлення виробництва:

- введення в дію нових виробничих потужностей, споруд та об'єктів більш енергоекономних як виробничого, так і обслуговуючого характеру;
- реконструкція діючих з обов'язковим вдосконаленням соціально-побутових умов на виробництві (кімнати прийняття їжі, кімнати відпочинку працівників тощо);
- участь підприємств у покращенні умов життя та побуту працівників (газифікація сільських населених пунктів, підтримання функціонування соціальної інфраструктури).

Третім напрямком слід вважати підвищення продуктивності праці завдяки:

- підвищення технічного та технологічного рівня виробництва, нових форм організації та стимулювання праці («Volvo» — відмова від конвеєрного збирання автомобілів та перехід до бригадного);
- підвищення освітнього та кваліфікаційного рівня усіх категорій працюючих («Сінтекс», психолог, 2 рази в місяць заняття-тренінги «Методи продаж», «Управління самопочуттям», «Професійне зростання», завод «Насосенергомаш» — кожен четвер — заняття по 1 годині);
- підготовка інформаційних матеріалів, бюлетенів про нові досягнення, нововведення стосовно своєї галузі.

Четверте, одне із найважливіших складових любого успіху — інновації в організаційно-управлінській сфері:

- застосування раціональних структур управління;
- формування організаційної культури;
- формування управлінської команди односторонців — командної структури;

- посилення зворотного зв'язку із споживачами, клієнтами;
- застосування сучасних інформаційних технологій для забезпечення процесу прийняття рішень.

### *1.3. Роль інновацій у стабілізації вітчизняної економіки*

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин та розміщення сил у світі дедалі важливішого значення набуває високий рівень національного науково-технічного потенціалу, прогресивність застосовуваних технологій, їх ефективність.

Необхідно зауважити, що навіть високорозвинуті промислові країни не в змозі зберігати технологічну перевагу з усіх видів продукції, що виготовляється. Тому основна увага концентрується на ключових галузях науки та промисловості, здатних забезпечити одержання найістотніших технологічних та економічних переваг.

Вибірковий розвиток окремих галузей промислового виробництва дає змогу країнам досягти значної технологічної переваги чи монополії, що в кінцевому рахунку забезпечує технологічний відрив, подолання якого для інших країн є практично неможливим. Можна виділити деякі держави, які довгий час є технологічними монополістами-новаторами. Так, Японія сприймається країною з найкращими технологіями у електронній сфері, Голландія — у виробництві деяких видів сільськогосподарської продукції, ФРН — у автомобілебудуванні, Радянський Союз — у свій час, у сфері космічних технологій та інше. Прикладом підвищеної уваги до галузі електроніки може бути програма ФРН про залучення висококваліфікованих 20 тис. спеціалістів-електронщиків.

З огляду на це вимога прискорення інноваційних процесів висувається на перший план. Економічно розвинені країни, підтримуючи розвиток техніки та технології у всіх напрямках, все ж таки вибирають такі, що мають вирішальне значення для створення технологічного розриву. При цьому нерівномірність розвитку передусім торкається галузей промисловості, що виготовляють

наукомісткі вироби та послуги, відіграючи роль двигуна економічного розвитку.

Однак конкуренція світового ринку, що посилюється, є стимулятором скорочення життєвого циклу виробів, швидка зміна яких приводить до зменшення часу потенційної реалізації надприбутку в цінах.

Дослідження вчених довели, що більшу половину приросту внутрішнього національного продукту країн Західної Європи та Японії отримано завдяки технічному розвитку цих країн.

Отже, в умовах поглиблення міжнародного поділу праці, міжнародної спеціалізації та взаємозалежності, більш жорсткої конкуренції, промислово розвинені країни все більше інвестують у наукові дослідження, науково-виробничі розробки. Досвід показує, що ті підприємства, які за технологіями посідають перші місця, практично монополізують сферу ціноутворення і прибутків.

Важливим є також те, що високий рівень розвитку техніки та технологій вимагає, щоб принаймні 50 % працівників були висококваліфікованими робітниками та інженерами, тому що людський капітал в кінцевому рахунку забезпечує не тільки створення, розробку інновацій, але і ефективну їх реалізацію.

#### ***1.4. Підприємницька діяльність у сфері туризму***

Термін «підприємництво» вперше ввів на початку XVIII ст. французький економіст Ришар Кантільон. Він розглядав як самостійна діяльність, спрямована на отримання доходу (прибутку) і пов'язана з господарським ризиком. Поняття «підприємництво» асоціюється з економічною активністю, спрямованою на здобуття вигоди, тобто із заповзятливою діловитістю у сфері бізнесу.

Сучасна економічна наука до факторів розвитку бізнесу відносить не тільки землю та її багатства, працю та капітал, а й підприємницькі здібності, що утворюють особливий ресурс — інтелект. Це дає підставу стверджувати: для підприємця в туристичному бізнесі головним ресурсом є не гроші, не знаряддя

чи предмети праці, а його уміння господарювати (талант господарника), знання психології споживача туристичного продукту та суспільних потреб у туристичному бізнесі.

Підприємця варто відрізнити від менеджера. Підприємець виступає ініціативним і самостійним агентом ринку. Він діє на «свій страх і ризик», використовує власні ресурси і несе повну відповідальність за результати своєї діяльності.

Менеджери найчастіше є найманими працівниками, що виконують завдання, поставлені підприємцем. Менеджер у своїй діяльності ризикує власністю підприємця, хоча за договором може нести майнову відповідальність за свої дії. Підприємець може поєднувати в собі риси власника ресурсів (капіталу) і менеджера. Його часто порівнюють із гравцем в економіці, який не тільки пускає капітал у гру, а й добре знає правила гри, щоб у будь-який момент ними скористатися самостійно або разом зі своїми менеджерами.

Виникнення туристичного підприємництва пов'язане з переходом туризму на комерційну основу, тобто з появою організації платних подорожей різної спрямованості як основи ринкових відносин.

Бурхливий розвиток туризму в Україні на підприємницькій основі історично збігається з чумацтвом, яке дало поштовх до пізнання нових земель найперше з метою пошуку нових ринків збуту. Зміцнення торговельно-обмінних відносин між регіонами України, а також між Україною та іншими територіями викликало взаємний інтерес до культури, звичаїв, релігії, історичних пам'яток не тільки свого народу, а й народів інших країн.

Вважається, що чумацтво зіграло велику роль у формуванні в Україні сільської буржуазії і в розвитку підприємництва, у тому числі й туристичного. Стійкому розвитку підприємництва сприяло також скасування кріпацтва і перехід до ринкових відносин.

Однак перешкодами на шляху розвитку підприємництва в Україні були світові війни та Велика Жовтнева соціалістична революція.

В часи радянської влади в колишньому СРСР підприємництво вважалося суцього капіталістичною формою господарювання, неприйнятною для

соціалізму. Та все ж навіть у пору централізованого управління, яке пригнічувало ініціативу на місцях, підприємництво існувало «інкогніто». Нині підприємництво позбулося клейма «непорядності», що сприяє зростанню його престижності як виду діяльності.

У чинному законодавстві України **підприємництво** розглядається як безпосередня самостійна систематична, на свій ризик діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, виконанням робіт, наданням послуг з метою одержання прибутку, що здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, установленому законодавством.

З цього визначення видно, що до підприємництва відноситься й діяльність з надання послуг. Отже, надання туристичних послуг є об'єктом підприємницької діяльності всіх суб'єктів туристичної індустрії.

Статус підприємницької структури одержують фізичні та юридичні особи шляхом державної реєстрації у встановленому порядку.

Економічною передумовою існування підприємництва є приватна власність на засоби виробництва. Для розвитку підприємництва в туризмі неодмінною умовою виступає не тільки приватна власність, а й інші умови, зокрема:

- стабільність державної економічної й соціальної політики;
- пільговий податковий режим для соціальних видів туризму;
- розвинута інфраструктура підтримки підприємництва, починаючи з ліцензування і закінчуючи державними органами регулювання й контролю;
- гнучкий ринковий механізм участі туризму в глобалізаційних процесах і в інтеграції України в європейські та світові економічні структури.

Основні принципи підприємництва для всіх видів діяльності визначені в законодавстві України. Принципи підприємництва в туристичному бізнесі представлені на рис. 1.1.

Головна мета підприємництва в туризмі полягає в розробленні маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і наданні туристичних послуг, комплектуванні

туристичного продукту відповідно до попиту споживачів з вигодою (прибутком) для себе. Якщо діяльність не передбачає одержання прибутку, то вона не відноситься до підприємницької. Тому головна відмінність підприємця від інших агентів корисної для суспільства і людей діяльності пов'язана з обов'язковим одержанням зиску (прибутку). У такому розумінні термін «підприємництво» ототожнюється з поняттям «бізнес».



*Рис. 1.1. Принципи підприємницької діяльності в туристичному бізнесі*

Отже, підприємці в туризмі - це ділові люди, поведінка яких характеризується пошуком нового, кращого, прогресивного у світовому масштабі. Для них далекі риси самозаспокоєності, застою, самовдоволення та марнотратства.

У сучасних умовах до традиційних рис підприємця (діловитість, напористість, енергійність, винахідливість, схильність до ризику) додається освіченість, комунікативність, інтелект, почуття соціальної відповідальності, культура ділових відносин і т.п.

Бізнесмен-початківець у туризмі, як правило, поєднує функції менеджера і підприємця. Практика підтверджує: виживання і розвиток туристичних підприємств забезпечується саме таким поєднанням. Підприємства, що зуміли ввести підприємницький підхід до організації діяльності, стають лідерами і новаторами в туристичному бізнесі. Підприємництво для них стає стилем поведінки, політики та практики діяльності.

Учасниками відносин, пов'язаних з підприємництвом в туристичному бізнесі, є, з одного боку, юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність щодо їх реалізації, а з іншого - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Основними суб'єктами підприємницької діяльності у туризмі є туристичні оператори (туроператори), туристичні агенти (турагенти) та інші структури (дилери).

*Туроператори* - це юридичні особи (підприємства), створені згідно із законодавством України, основною діяльністю яких є організація туризму, формування туристичного продукту, його реалізація та посередницька діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг мандрівникам. Важливу роль в економіко-технологічному механізмі туристичного бізнесу виконують *турагенти*, якими можуть бути як юридичні, так і фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницькі функції з реалізації туристичного продукту туроператорів або окремих послуг інших суб'єктів туристичного бізнесу.

Обов'язковою вимогою для всіх суб'єктів туристичної діяльності є отримання ліцензії на відповідний вид діяльності.

Сукупність підприємницьких структур з обслуговування туризму утворює туристичну інфраструктуру, яка являє собою комплекс юридичних і фізичних осіб економічної та соціальної сфер діяльності, що надають туристам послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, перевезення, екскурсійного обслуговування, відпочинку, рекреації тощо. Розвиток масового

туризму сприяв переходу його інфраструктури на індустріальну основу, внаслідок чого з'явилася індустрія туристичного бізнесу.

Економічний успіх підприємництва забезпечується інноваціями, точніше, інноваційним менеджментом. Це пояснюється тим, що інноваційна заповзятливість у туризмі забезпечує появу нових послуг (продукту), привабливих не тільки для туристів, а й для інвесторів.

Варто особливо підкреслити, що Україна має потребу в такому туризмі, в якому інноваційність, діловитість, ефективна комунікативність стали б нормою господарювання кожного суб'єкта туристичного бізнесу.

Серед функцій підприємництва в туризмі виділяються такі:

- 1) організація маркетингу і реклами з метою визначення місткості ринку вироблених і запроектованих до впровадження туристичних послуг;
- 2) упровадження інновацій у виробництво туристичних послуг і формування туристичного продукту (пакета послуг);
- 3) формування ефективної системи забезпечення туристичної діяльності необхідними ресурсами;
- 4) просування на ринок (збут) туристичного продукту.

Щоб виконувати ці функції, підприємництво в туризмі повинне ґрунтуватися на науково-технічній, організаційно-управлінській та виробничо-комерційній творчості.

Об'єктом підприємницької діяльності в туристичному бізнесі виступає виробництво туристичних послуг, формування та збут туристичного продукту. Схема формування та збуту (продажу) пакетів туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожування, представлена на *рис. 1.2.*



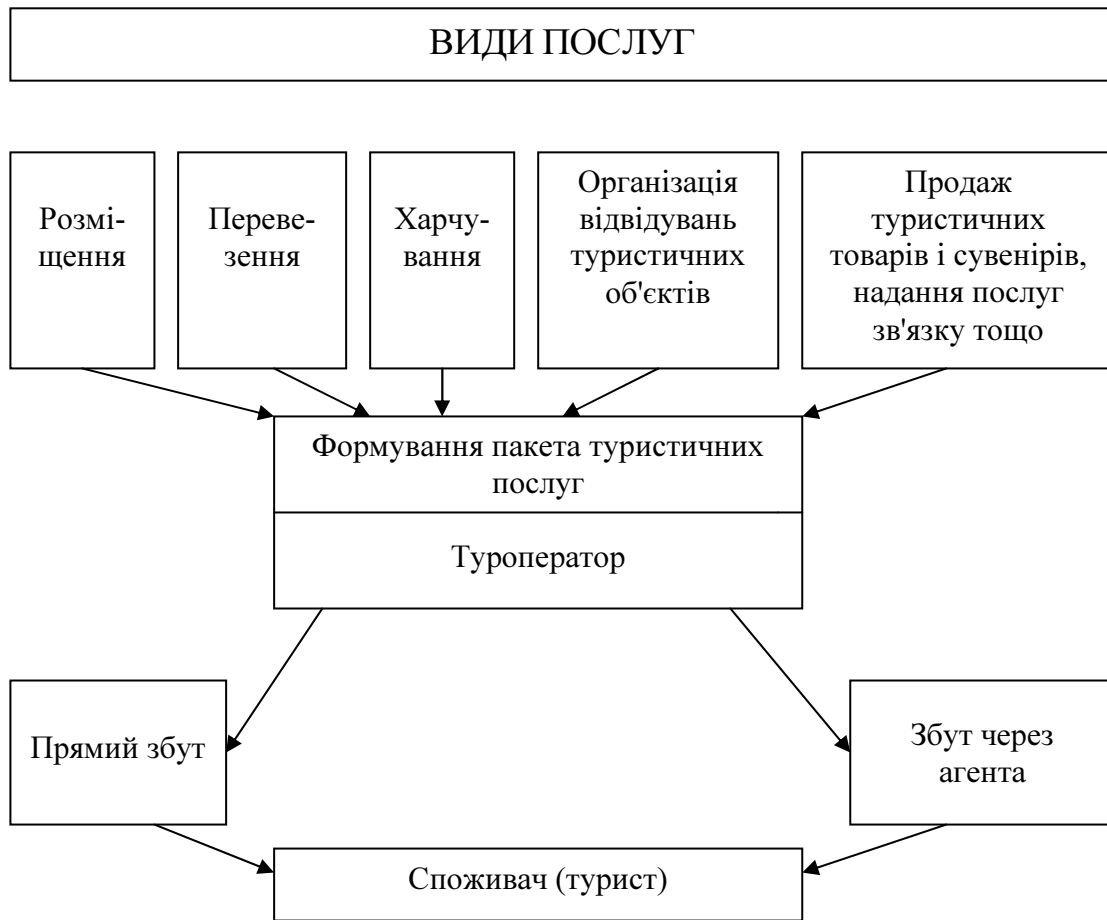


Рис. 1.2. Схема формування та збуту туристичного продукту

Завершальним етапом економіко-технологічної системи туристичної діяльності, як видно зі схеми, є споживання туристичного продукту, тобто комплексу туристичних послуг, які включено до вартості обслуговування туру за певним маршрутом.

Загальновизнаними є особливості споживання як окремих туристичних послуг, так і в складі турпродукту, які визначають специфіку туристичної діяльності.

*Перша особливість* полягає в тому, що для споживання турпродукту в пакеті або окремих послуг турист повинен прийти в місце їхнього надання. Найчастіше процес споживання туристичних послуг, що містяться в турпродукті, відбувається в туристичних дестинаціях, у яких ці послуги надаються.

Слово «дестинація» походить від латинського і означає місце перебування. Цей термін набув широкого вжитку в кінці 90-х років минулого

століття. Дестинація в туризмі розглядається як приваблива для туристів географічна територія. Для подорожі туриста - це місце призначення. Індустрія туризму в дестинаціях призначена для перевезення розселення (розміщення), організації харчування, відпочинку, рекреації, розваг, роздрібною реалізації товарів туристичного попиту та сувенірів.

Щоб якась територія називалася дестинацією, вона повинна відповідати ряду вимог:

1) виробляти певний набір послуг, необхідних для прийняття туристів за їх вимогами. До такого набору послуг відносяться:

- доставка (трансферт) до дестинації і назад;
- можливість ночівлі (наявність готелів, кемпінгів, дачних будиночків тощо) та харчування (ресторани, бари, кафе та ін.) з відповідним рівнем обслуговування;

2) мати цікаві для туриста пам'ятки культури, історії, релігії, природи та об'єкти розваг;

3) володіти інформаційними системами, необхідними для просування продукту на туристичному ринку (система комп'ютерного резервування та бронювання).

*Дестинація* в туризмі - це територія, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають попиту туриста на перевезення, ночівлю, харчування, відпочинок, розваги тощо.

Оскільки виробництво і споживання туристичних послуг відбувається на одному й тому самому місці, то виникає мультиплікативний ефект, який характеризується економічним зростанням дестинації у зв'язку зі споживанням турпродукту, пов'язаного з наданням транспортних послуг, житла, харчування, системи гостинності в цілому, створенням умов для лікування, розваг, освіти, отримання нових вражень тощо.

*Друга особливість* туристичного споживання пов'язана з ринковим середовищем туристичного бізнесу, яке має особливий, часто культово-інтелектуальний характер, хоча туристичний ринок включає і придбання уречевлених (матеріальних) предметів споживання, у тому числі товарів

культурої і культурологічної спрямованості, що відображають історичну, національну, соціологічну та іншу специфіку місця відвідування туристів. У цьому сенсі туристичне споживання і ринок туристичних послуг несуть у собі особливу культурологічну спрямованість, пізнавально-романтичний аспект, а туристична послуга має невлотимий, нематеріальний характер, хоч і справляє глибоке емоційне враження. Прикладом може слугувати висока пізнавальна сила впливу розповіді екскурсовода.

*Третя особливість* туристичного споживання пов'язана з тим, що надання туристичних послуг обумовлене договором купівлі-продажу конкретного туру. За таким договором одна сторона (туроператор, турагент) за узгоджену плату зобов'язується забезпечити надання замовленого іншою стороною (туристом) комплексу туристичних послуг, тобто туристичного продукту. Договір на туристичне обслуговування укладається за загальними положеннями договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законодавством України, у письмовій (електронній) формі. Він може укладатися шляхом видачі ваучера, який являє собою форму письмового договору на туристичне та екскурсійне обслуговування. В договорах обумовлюються строки надання та види туристичних послуг, їх загальна вартість, розмір фінансової відповідальності турагента (туроператора) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування, інші дані, обумовлені характером угоди. Ваучер є документом суворого обліку.

До початку надання туристичних послуг споживачеві за його вимогою надається вся інформація, яка його цікавить.

*Четверта особливість* споживання турпродукту (послуг) пов'язана із зовнішніми ефектами для туристичного ринку, які по-іншому називаються *екстерналіями*. Суть цих ефектів полягає в тому, що виробництво, формування, реалізація та споживання туристичних послуг утворюють зовнішні вигоди для туристичного бізнесу різного рівня і спрямованості. Однак зовнішні ефекти, що створюються туризмом, можуть бути позитивними й негативними. Позитивні ефекти - це доходи нетуристичних суб'єктів підприємництва, пов'язані зі збільшенням реалізації товарів і послуг, що не входять до туристичного

продукту; розвиток інфраструктури дестинації у зв'язку з туризмом; збільшення кількості робочих місць і скорочення безробіття; зростання державних доходів за рахунок одержуваних податків і мита від туристичної діяльності. До негативних впливів туризму відносяться: забруднення зовнішнього середовища, нанесення збитків живій природі і погіршення екології в цілому.

І, нарешті, важливою особливістю туристичного продукту є те, що багато його складових не можуть накопичуватись і зберігатися для наступного споживання. Це стосується, наприклад, непроданого місця в готелі, каюті на круїзному кораблі, автобусі, поїзді. Якщо продаж не відбувся, це означає, що туристична послуга пропала для її володаря. Ось чому застосовуються знижки або інші пільги при реалізації квитків в останні хвилини перед відправленням транспорту.

Оскільки туристична діяльність є нерозривною єдністю виробництва і споживання послуг, то туристичний бізнес виступає як поєднана в часі і просторі система виробництва і споживання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, а підприємництво в туризмі - це сукупність різних видів діяльності, що покликані задовольняти комплекс потреб туристів і забезпечувати отримання прибутку підприємцям. Отже, туристичне підприємництво передбачає діяльність з метою отримання прибутку від виробництва й реалізації продукту (окремих послуг), необхідного для задоволення потреб туристів.

Туристичну діяльність слід розглядати як товарно-грошові відносини між туристами, туристичними підприємствами, сферою гостинності та обслуговування в дестинаціях.

Зростаючий попит на туристичні послуги звичайної якості породив масовість їх виробництва, у результаті чого надання послуг і реалізацію товарів для туристів поставлено «на конвеєр». З'явилися різноманітні підприємницькі структури і суспільні інституції, що виготовляють різні компоненти для формування й реалізації турпродукту. Це викликало необхідність сертифікації та стандартизації у сфері туристичної діяльності, гармонізації вітчизняних стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями,

нормами та правилами, що стосуються вимог до об'єктів туристичних відвідувань, взаємодії туроператорів, раціонального використання обмежених туристичних ресурсів, якості туристичних послуг. Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, стосуються безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їхнього майна та охорони довкілля. Порядок проведення сертифікації послуг у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України.

Розглядаючи роль підприємництва як на рівні всієї сфери туристичної діяльності, так і окремої дестинації або суб'єкта туристичного бізнесу, слід зазначити, що воно виконує ряд функцій:

- *по-перше*, виступає важливим фактором зміни структури туризму через механізм переливання капіталу з менш прибуткового бізнесу в більш прибутковий, оскільки спонукальним мотивом підприємництва є максимізація прибутку. Гонитва за максимальним прибутком виступає «живильним» середовищем для конкуренції;

- *по-друге*, сприяє ефективному формуванню і використанню туристичних ресурсів, мінімізації витрат та економічних ризиків, пов'язаних з банкрутством;

- *по-третє*, створює стимули для підвищення кваліфікації працівників туризму, що забезпечує наближення рівня обслуговування туристів до світових вимог.

У цілому підприємництво сприяє відновленню і розвитку економіки туризму, створенню інноваційного середовища, відкриває шлях до перетворень, а тому стає рушійною силою розвитку економіки не тільки туризму, а й економіки всієї країни.

### ***1.5. Роль підприємця в інноваційних процесах***

Вперше опис якостей, необхідних підприємцю, з'явився в роботах французького економіста Жана Батиста Сея, який вважав, що підприємець повинен виділятися прагненням створювати нові способи виробництва і управління, при цьому розуміти людей і ризикувати. Це особистість, яка

«переміщає ресурси з сфери низької продуктивності і низьких доходів у сферу високої продуктивності і прибутковості».

З тих пір трактування поняття «підприємець» не зазнало значних змін, хоча у міру розвитку суспільства мінявся не тільки тип, але і психологія підприємця. Спочатку він володів і управляв своїм капіталом, суміщаючи ці функції з особистою продуктивною працею. З часом став організатором виробництва, не завжди будучи власником капіталу.

Сучасне уявлення про підприємця і його функції склалося тільки в середині ХХ ст. Сучасний підприємець переслідує цілі: прагне експансії, розширення свого бізнесу, виживання в умовах конкурентної боротьби і передачі своєї справи спадкоємцям.

Ще на рубежі ХІХ—ХХ ст. діяльністю підприємств і фірм починають управляти *менеджери* — люди, які, працюючи в умовах нестабільності ринку і невизначеності можливих результатів, беруть на себе тягар ризиків і добиваються успіху, виступаючи як перетворювач і творець в здійсненні проєктів, у тому числі національного і міжнародного значення.

Крім змін в соціальній базі підприємництва відбувається також розчленовування і спеціалізація, замість одного з'являються декілька типів підприємців:

- ❖ постачальник капіталу — фінансист;
- ❖ постачальник нового знання — «винахідник» технічної або маркетингової ідеї;
- ❖ постачальник організаційної схеми — експерт (юрист або економіст), що пропонує організаційно-правові форми для створення або трансформації підприємства;
- ❖ постачальник управлінських технологій — менеджер, що розробляє структуру внутрішніх і зовнішніх зв'язків нового підприємства.

Звичайно, можливе поєднання деяких функцій, проте з часом воно все більш утруднюється навіть на середніх підприємствах. Люди, здатні виконувати непрості підприємницькі функції, повинні володіти певними якостями: інтуїцією і чуттям на нові нестандартні шляхи; енергією і волею, щоб

відмовитися від усталених порядків і долати інерцію економічних і соціальних процесів.

Професор Даремської школи бізнесу в Англії Алан Гибб вважає, що *підприємець* — це енергійна особа, що демонструє певні риси і стандарти активної поведінки і мислення, причому звичайно у сфері ділового життя.

За твердженням відомого американського фахівця з управління Пітера Друкера (1909 — 2005), підприємці бачать економічний ресурс там, де інші його не помічають. Вони «намагаються створити нові і відмінні від старих цінності, перетворити «матеріали» на «ресурс» або надати існуючим ресурсам нової і більш продуктивної форми». В основі підприємницької діяльності лежить систематизована інноваційна діяльність, тобто пошук і використання нових можливостей задоволення бажань і потреб людини.

Підприємець, за Й.Шумпетером, повинен поєднувати, комбінувати чинники виробництва; він шукає нові форми його організації, удосконалення в комерційних комбінаціях.

Йдеться про функцію, здійснювану періодично різними суб'єктами, яка нерозривно пов'язана з нововведеннями. Підприємець не обов'язково сам винаходить «нові комбінації», часто він запозичив чужий господарський досвід. Мотивами його діяльності є: саморозвиток особи, досягнення успіху, подолання труднощів.

Участь підприємця в інноваційних процесах визначає його психологія. По-перше, він має схильність до творчості, творення і інновацій. Це дозволяє йому постійно шукати нові ідеї і прагнути впроваджувати їх у себе на підприємстві. По-друге, підприємцям характерне бажання експансії і розширення своєї діяльності. По-третє, їм властивий господарський оптимізм — вони завжди вірять в успіх своєї справи. По-четверте, за відсутності достовірної інформації про майбутнє необхідно мати такі риси, як обачність і аналітичний стиль мислення. Тоді можна оцінити ймовірність різних результатів (сприятливих і несприятливих), перетворюючи невизначеність в підприємницький ризик.

Підкреслюючи роль підприємця в інноваційному процесі, І.Шумпетер виходив з теорії, що початкове положення економічної системи — чиста рівновага. На його думку, в умовах ринкової економіки підприємець-новатор виступає рушійною силою змін, що порушують рівновагу економічної системи. При впровадженні інновацій звичний порядок взаємостосунків порушується діями підприємців-новаторів, які витісняють «консерваторів» з поля економічних взаємодій і займають простори, які звільнилися.

Проте і «новатори», і «консерватори» виконують в господарській діяльності певну позитивну функцію. Наявність «консерваторів» дозволяє виявити і визначити новацію. Крім того, вони забезпечують збереження стандартів, що склалися, до того моменту, поки під впливом «новаторів» не почне відбуватися перехід до нових стандартів, які поступово стають все більш привабливими.

Модель поведінки «новатора» при впровадженні новацій вимагає більшого грошового забезпечення в порівнянні з консервативною. Витрати «новатора» складаються з витрат на пошук і обробку інформації, на укладення контрактів з розробки нової ідеї, на виробництво продукту і просування його на ринку, а також на можливе впровадження нової організаційної форми. «Новатор», незважаючи на збитки в початковій фазі, за рахунок зростання обсягу продажів і розширення ринкових ніш успішно рухається у бік підвищення рівня рентабельності. З часом «новатор» може перетворитися на «консерватора» або розкрити новаторський потенціал в суміжних областях.

Загальна величина витрат «консерватора» нижче за витрати «новатора». Проте, щоб «захистити» ринкову нішу, вести підтримуючу рекламу, компенсувати витрати на ресурси, які дорожчають, при збереженні цін на вироби, що випускаються, без скорочення обсягу продажів, «консерватор» рухається у бік зниження рівня рентабельності. У нього з'являються дві перспективи — перетворитися на «новатора» або, зберігши свою консервативну модель, піти з ринку.

Названі чинники регулюють число «новаторів» і «консерваторів» в економіці (істотний вплив на цей процес здійснюють непередбачувані



зрушення в інституційній структурі і заходи економічної політики), визначають модель їх поведінки (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

**Моделі поведінки агентів в економічній еволюції**

<b>Параметри</b>	<b>«Новатори»</b>	<b>«Консерватори»</b>
Мета	Реалізація нових ідей, технологій продуктів	Збереження колишніх позицій в сфері ідей технологій, продуктів
Сфера докладання зусиль і результат	Нові напрями діяльності, які в значній мірі і постійно розширюються	Експлуатація старих сфер, форм і методів. Стабільна або діяльність, яка скорочується в процесі конкуренції з «новаторами»
Інтервал функціонування	1. До перетворення в «консерватора». 2. До раптового банкрутства в процесі конкуренції з «новаторами» і «консерватори»	1. До виходу з господарського поля (банкрутства) або зміни виду діяльності. 2. До перетворення в «новатора»
Витрати моделі поведінки	Невисокі при налагодженому грошово-кредитному механізмі	Значні або постійно збільшуються
Стійкість до змін	Висока — за рахунок новизни реалізовуваних проектів	Низька — за рахунок зростання витрат

На рівні окремо взятої компанії або фірми проблема еволюції системи «новатор — консерватор» зводиться до їх співіснування в межах однієї

економічної організації. При цьому освоюються нові продукти і ринки, а також випускається «стара» продукція. Таке поєднання створює певний запас міцності для фірми, забезпечує ефективний перерозподіл ресурсів і, кінець кінцем, позитивно позначається на розвитку організації.

Аналіз підприємницької діяльності в розвинених країнах показує, що малі і середні фірми, навіть при ризикованій діяльності, відіграють новаторську роль в розвитку наукоємних високотехнологічних виробництв, в швидкому освоєнні новин. Великі корпоративні структури також тяжіють до інновацій, оскільки мають для цього велику матеріальну і фінансову нагоду для освоєння базових, стратегічних новин.

### ***1.6. Класифікація інновацій***

Управління інноваційною діяльністю може бути успішним за умови тривалого вивчення інновацій, що необхідно для їх відбору й використання. Насамперед, необхідно розрізняти інновації й несуттєві видозміни в продуктах і технологічних процесах (наприклад, естетичні зміни, тобто кольори, дизайн тощо); незначні технічні або зовнішні зміни в продуктах, що залишають незмінними конструктивне виконання й не досить помітні впливи на параметри, властивості, вартість виробу, а також вхідних матеріалів і компонентів; розширення номенклатури продукції за рахунок освоєння виробництва продуктів, що не випускалися колись на даному підприємстві, але уже відомих на ринку, з метою задоволення поточного попиту й збільшення доходів підприємства.

Новизна інновацій оцінюється за технологічними параметрами, а також з ринкових позицій. З урахуванням цього будується класифікація інновацій.

Перша класифікація інновацій, яка стала класичною і використовувалася до кінця 60-х років ХХ ст., належить Й. Шумпетеру.

#### **П'ять типів інновацій (за Шумпетером)**

1. Виробництво невідомого споживачам нового продукту або продукту з якісно новими властивостями.

2. Впровадження нового засобу виробництва, в основу якого покладено нове наукове відкриття або новий підхід щодо комерційного використання продукції.

3. Освоєння нового ринку збуту певною галуззю промисловості країни, незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні.

4. Залучення нових джерел сировини та напівфабрикатів, незалежно від того, існували ці джерела раніше чи ні.

5. Впровадження нових організаційних форм.

На сучасному етапі інновації класифікують за різними ознаками.

#### **За змістом виокремлюють:**

- продуктові інновації (орієнтуються на виробництво і використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання);
- інновації процесу (нові технології виробництва продукції, організації виробництва та управлінських процесів);
- ринкові інновації (відкривають нові сфери застосування продукту або сприяють реалізації продукту чи послуги на нових ринках).

Продуктові інновації передусім спрямовані на створення нової споживчої цінності, що приваблює більшу кількість споживачів. Інновації процесу, як правило, дають переваги у витратах, продуктивності, якості. Ринкові інновації розширюють межі ринку (сегменту), на якому працює фірма.

#### **За ступенем виокремлюють:**

- базові (поява нового способу виробництва чи раніше невідомого продукту, які започатковують або дають імпульс розвитку нової галузі, наприклад,

винайдення парового двигуна, атомної енергії, радіо, напівпровідників тощо);

- поліпшувальні (упровадження нових видів виробництв, що реалізують інноваційний потенціал базової інновації; вони дають змогу поширювати і вдосконалювати базові покоління техніки, створювати нові моделі машин і матеріалів, поліпшувати параметри продукції, що випускається);

- псевдоінновації (інновації, які залучаються фірмами у технологічний процес чи продукт, щоб затримати зниження норми прибутку і продовжити життєвий цикл поліпшувальної інновації, наприклад, зміна дизайну товару, матеріалу, з якого він виготовляється; зміна способу рекламування тощо).

Залежно від технологічних параметрів інновації підрозділяються на *продуктові й процесні*.

**Продуктові інновації** *включають застосування нових матеріалів, нових напівфабрикатів і комплектуючих; одержання принципово нових продуктів.*

**Процесні інновації** *означають нові методи організації виробництва (нові технології).* Процесні інновації можуть бути пов'язані зі створенням нових організаційних структур у складі підприємства (фірми).

За типом новизни для ринку інновації поділяються на: *нові для галузі у світі; нові для галузі в країні; нові для даного підприємства (групи підприємств).*

**Якщо розглядати підприємство (фірму) як систему, можна виділити:**

1. Інновації на вході в підприємство (зміни у виборі й використанні сировини, матеріалів, машин й устаткування, інформації тощо);

2. Інновації на виході з підприємства (вироби, послуги, технології, інформація тощо);

3. Інновації системної структури підприємства (управлінської, виробничої, технологічної).

**Залежно від глибини внесених змін виділяють інновації:**

- ◆ радикальні (базові);
- ◆ поліпшувальні;
- ◆ модифікаційні (часткові).

Перераховані види інновацій відрізняються одна від одної за ступенем охоплення стадій життєвого циклу.

Існують три основні ознаки класифікації нововведень: за типом нововведення; за механізмом його реалізації; за особливостями інноваційного процесу.

### **Поділ інновацій за типом нововведень:**

- соціальні;
- матеріально-технічні (устаткування, технологія, сировина, товари);
- економічні (матеріальні стимули, системи оплати праці);
- організаційно-управлінські (організаційні структури, форми організації праці, вироблення рішень, контроль за виконанням);
- соціально-управлінські (перетворення усередині колективних відносин);
- правові (зміни в трудовому і господарському законодавстві);
- педагогічні (методи навчання).

### **Розширена класифікація інновацій з урахуванням сфер діяльності підприємства, у якій виділені інновації:**

- ◆ технологічні;
- ◆ виробничі;
- ◆ економічні;
- ◆ торговельні;
- ◆ соціальні;
- ◆ у сфері керування.

Однак ці класифікації інновацій дещо спрощені. Для визначення перспективних нововведень, реалізація яких має сприяти подальшому розвитку підприємства, для впорядкування процесу пошуку і залучення новацій існує детальніша класифікація О. І. Пригожина. Її особливість полягає в тому, що залежно від критерію одні й ті самі нововведення можуть бути віднесені до кількох видів.

### **Класифікація інновацій (за О.І.Пригожиним)**

#### **1. За поширеністю:**

- ◆ одиничні;
- ◆ дифузійні.

#### **2. За місцем у виробничому циклі:**

- ◆ сировинні;
- ◆ що забезпечують (єднальні);
- ◆ продуктові.

### **3. За спадкоємністю:**

- ◆ що заміщають;
- ◆ що скасовують;
- ◆ поворотні;
- ◆ відкриваючі;
- ◆ ретровведення.

### **4. За охопленням:**

- ◆ локальні;
- ◆ системні;
- ◆ стратегічні.

### **5. За інноваційним потенціалом і ступенем новизни:**

- ◆ радикальні;
- ◆ комбінаторні;
- ◆ що вдосконалюють.

Наприклад, за ознакою змісту або внутрішньої структури виділяють інновації технічні, економічні, організаційні, управлінські тощо.

Виділяються такі ознаки, як масштаб інновацій (глобальні й локальні); параметри життєвого циклу (виділення й аналіз усіх стадій і підстадій), закономірності процесу впровадження тощо.

Напрямки класифікації, що враховують масштаб і новизну інновацій, інтенсивність інноваційної зміни найбільшою мірою виражають кількісні і якісні характеристики інновацій і мають значення для економічної оцінки їхніх наслідків й обґрунтування управлінських рішень.

Однак прийняття рішення щодо залучення у виробничий чи обслуговуючий процес конкретної новинки здійснюється не лише з огляду на абсолютну новизну, а й з огляду доцільності та економічної вигідності її впровадження на підприємстві, на ринку, для групи споживачів. Для цього розглянемо класифікацію нововведень (табл. 1.2.):

**КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙ**

Класифікаційна ознака	Вид інновацій
За сферою діяльності підприємства	<p>— інновації на вході в підприємство як систему — цільові, якісні або кількісні зміни у виборі чи використанні матеріалів, сировини, обладнання, інформації, працівників чи інших видів ресурсів;</p> <p>— інновації на виході з підприємства — зміни в результатах виробничої діяльності, якими можуть бути вироби, послуги, технології;</p> <p>— інновації структури підприємства — цільові зміни у виробничих, обслуговуючих і допоміжних процесах.</p>
За змістом діяльності	<p>— технологічні інновації — спрямовані на створення і освоєння виробництва нової продукції, технологій і матеріалів, модернізацію обладнання, реконструкцію споруд, реалізацію заходів з охорони довкілля;</p> <p>— виробничі інновації — орієнтовані на розширення виробничих потужностей, диверсифікацію виробничої діяльності, зміну структури виробництва тощо;</p> <p>— економічні інновації — спрямовані на зміну методів і способів планування всіх видів виробничо-господарської діяльності, зниження виробничих витрат, вдосконалення матеріального стимулювання, раціоналізацію системи обліку;</p> <p>— торговельні — використання нових методів цінової політики, нових форм взаємовідносин з постачальниками і замовниками; надання чи отримання фінансових ресурсів у формі кредитів; Інтернет-магазини тощо;</p> <p>— соціальні — пов'язані з поліпшенням умов і характеру праці, соціального забезпечення, психологічного клімату у колективі тощо;</p> <p>— управлінські — націлені на вдосконалення організаційної структури, стилю і методів прийняття рішень, використання нових засобів обробки інформації і документації, раціоналізацію канцелярських робіт</p>
За інтенсивністю інноваційних змін	<p>— інновації нульового порядку (регенерування вихідних властивостей) — цільова зміна, що зберігає й оновлює існуючі функції виробничої системи чи її частини, наприклад нова фарба для автомобіля;</p> <p>— інновації першого порядку (кількісна зміна) — просте цільове пристосування до кількісних вимог при збереженні функцій виробничої системи чи її частини, наприклад розширення ринків збуту;</p> <p>— інновації другого порядку (перегрупування чи</p>

	<p>організаційні зміни) — прості організаційні зміни;  — інновації третього порядку (адаптаційні зміни) — зміни, викликані взаємним пристосуванням елементів виробничої системи;  — інновації четвертого порядку (новий варіант) — найпростіша якісна зміна, що перевищує межі простих адаптивних змін;  — інновації п'ятого порядку («нове покоління») — змінюються всі або більшість функціональних властивостей виробничої системи, але базова структурна концепція зберігається;  — інновації шостого порядку (новий «вид») — якісна зміна функціональних властивостей виробничої системи чи її частини; змінюється вихідна концепція, але функціональний принцип залишається;  — інновації сьомого порядку (новий «рід») — докорінна зміна функціональних властивостей виробничої системи або її частини, що змінює її основний функціональний принцип</p>
За рівнем об'єктивного та суб'єктивного сприйняття	<p>— абсолютна новизна — фіксується за відсутності аналогів даної новації;  — відносна новизна — інновацію було застосовано на інших об'єктах або ж здійснено оновлення одного з елементів виробу системи в процесі поточної модернізації;  — умовна новизна — виникає внаслідок незвичайного сполучення раніше відомих елементів;  — суб'єктивна новизна — новизна для певних споживачів, які раніше не були ознайомлені з даним продуктом</p>
За причинами виникнення	<p>— реактивні — інновації, що забезпечують виживання та конкурентоспроможність фірми на ринку, виникаючи як реакція на нові перетворення, здійснювані основними конкурентами;  — стратегічні — інновації, впровадження яких має випереджувальний характер з метою отримання вирішальних конкурентних переваг у перспективі</p>

### ***1.7. Життєвий цикл інновацій***

При прийнятті рішення про виготовлення нового продукту, впровадження нової технології, інших технічних чи організаційних новацій слід враховувати їх потенційні можливості, тобто величину вигоди, яку матиме підприємство, реалізувавши інновацію. Потенційні можливості І інновації, у свою чергу,



залежать від того, на якій стадії її життєвого циклу конкретне підприємство прийме рішення про її залучення у свою діяльність.

**Життєвий цикл інновації** — *період від зародження ідеї, створення новинки та її практичного використання до моменту зняття з виробництва.*

За своїм характером життєвий цикл інновації відповідає типовому життєвому циклу товару і проходить етапи розроблення, просування на ринок, зростання, зрілості та занепаду, які характеризуються різним співвідношенням витрат, пов'язаних з розробленням та виведенням новинки на ринок, і доходів від її продажу.

Кожен етап життєвого циклу інновації охоплює кілька стадій, які відрізняються за змістом робіт.

**Етап розроблення.** Включає стадії зародження ідеї, проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт для перетворення ідеї на придатний для промислового виготовлення продукт, розроблення технології його виробництва.

**Етап виведення на ринок.** На цьому етапі відбуваються налагодження технологічного процесу, випуск пробної партії та її ринкова апробація, формування стратегії та каналів збуту. На цьому етапі прибуток відсутній, оскільки витрати перевищують доходи від продажу.

**Етап зростання.** Період швидкого сприйняття нового товару ринком і швидкого зростання прибутків.

**Етап зрілості.** Характеризується уповільненням темпів збуту внаслідок придбання товару більшістю покупців. Товар перестає бути новинкою. Прибуток стабілізується або зменшується у зв'язку зі зростанням витрат на його захист від конкурентів. Цим етапом життєвий цикл інновації фактично завершується.

**Етап занепаду.** Різде падіння збуту і зниження прибутків. Товар знімають з виробництва.

Як правило, такі стадії життєвого циклу проходить технічно складна інновація, створення якої вимагає попередніх досліджень ефективності технічного рішення, взятого за її основу, конструкторського розроблення

дослідного зразка, його апробації, вдосконалення, розроблення технології виготовлення тощо. Цей процес може бути тривалим і не обов'язково завершуватися успіхом.

Оригінальне інноваційне спостереження було зроблено Н. Д. Кондратьєвим в 20-х роках, що виявив існування так званих «більших циклів» або, як їх називають за рубежем, «довгих хвиль».

Динаміка нововведень досліджується в розрізі фаз великого циклу. У дослідженнях Н. Д. Кондратьєва вперше проглядаються основи так званого кластерного підходу. Н. Д. Кондратьєв показав, що нововведення розподіляються за часом нерівномірно, з'являючись групами, тобто говорячи сучасною мовою, кластерами. Рекомендації Н. Д. Кондратьєва можуть бути використані при виробленні інноваційної стратегії.

## ТЕМА 2. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

### 2.1. Загальна характеристика інноваційного процесу

Необхідною умовою економічного зростання і підвищення якості життя будь-якої країни є інноваційна активність. У свою чергу вона залежить від економічного і науково-технічного потенціалу держави, його інноваційної політики і ресурсів, духовного стану суспільства. На рівні підприємства (компанії) інноваційна активність залежить від вибору стратегії і якості управління діяльністю, гнучкості виробничих систем і використання ресурсів.

Інноваційна активність виявляється через інноваційні процеси — цілеспрямовану діяльність по створенню, освоєнню у виробництві і просуванню на ринок продуктових, технологічних і організаційно-управлінських нововведень.

Інноваційні процеси підтримуються інституційними і структурними чинниками, пов'язаними з перерозподілом ресурсів відповідно до критеріїв структури суспільних потреб і якнайповнішого задоволення поточного і перспективного платоспроможного попиту.

Одним з основних понять інноватики та інноваційного менеджменту є поняття інноваційного процесу.

Незважаючи на те, що в спеціальній літературі висвітлено багато різноманітних підходів до визначення цього явища, суть їх зводиться до одного а саме: **інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій**. Автори «Модульної програми для менеджерів» інноваційний процес розглядають з різних позицій: як паралельно-послідовне проведення науково-технологічної діяльності; як послідовні зміни фаз життєвого циклу продукту і як інвестиційний проект за стадіями фінансування досліджень та розробок, поширення нова цій та їхньої комерціалізації.

Фундатор інноваційної теорії Й. Шумпетер розглядав інновацію в динаміці, тобто як інноваційний процес, а саме: **«виготовлення нового продукту, а не «новий» продукт; упровадження нового методу, а не «новий метод»; освоєння нового ринку...; отримання нового джерела сировини...; проведення реалізації...»**.

За визначенням американського дослідника Б. Твісса, **інноваційний процес – це перетворення наукового знання, наукових ідей, винаходів на фізичну реальність (нововведення), яка змінює суспільство.** В основі інноваційного процесу лежить створення, упровадження і поширення інновацій, необхідними властивостями яких є науково-технічна новизна, практичне їх застосування і комерційна реалізованість з метою задоволення нових суспільних потреб. Звичайно, світ нововведень не обмежується тільки технікою і технологіями. Удосконалення, зміни систем управління та організації процесів виробництва теж здійснюються через уведення інновацій. Нові організаційні структури, методи розробки управлінських рішень, форми стимулювання розробляються науковцями-спеціалістами, освоюються і впроваджуються так само, як і нові прилади, технологічні лінії чи устаткування. Нові моделі одягу, види послуг, нові організаційні форми – усе це є результатом інноваційних процесів, які розвиваються на основі певних принципів: спочатку усвідомлюється необхідність змін, визначається мета, розроблюється інновація, освоюється, поширюється, використовується і «відмирає». На думку А. Пригожина, «нововведення – це процес, тобто перехід певної системи з одного стану в інший». Інноваційний процес має чітку орієнтацію на кінцевий результат прикладного характеру, який забезпечує певний технічний і соціально-економічний ефект.

Інноваційний процес можна розглядати як комплекс послідовних дій, унаслідок яких новація розвивається від ідеї до конкретного продукту і поширюється під час практичного використання. Перебіг інноваційного процесу, як і будь-якого іншого, визначається складною взаємодією багатьох чинників. Успіх на цьому шляху залежить від управлінського механізму, який об'єднує в єдиний потік витoki наукової ідеї, її розроблення, упровадження результату у виробництво, реалізацію, поширення і споживання. На розвиток інноваційного процесу впливають:

– стан зовнішнього середовища, в якому він проходить (тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державного регулювання, рівень освіти, організаційні форми взаємодії науки і виробництва тощо);

– стан внутрішнього середовища окремих організаційних і господарських систем (фінансові та матеріально-технічні ресурси, застосування технологій, зв'язки з зовнішнім середовищем та ін.);

– специфіка самого інноваційного процесу як об'єкту управління.

Ефективність інноваційного процесу визначається лише після впровадження інновації, коли з'ясовується, наскільки вона задовольняє потреби ринку. Важливе значення при цьому має інструмент моделювання. Модель інноваційного процесу дає змогу ви ділити в інноваційній діяльності окремі складові, відкриваючи тим самим можливість наскрізного планування інновації за стадіями, з урахуванням кон'юнктурних змін.

На відміну від науково-технічного прогресу, інноваційний процес не завершується тільки впровадженням новації (техніки, технології, продукту) у виробництво, а має неперервний характер, оскільки «з поширенням (дифузією) інновація вдосконалюється, стає ефективнішою, набуває нових споживчих якостей. Це відкриває для неї нові можливості застосування, нові ринки, а відповідно, і нових споживачів, котрі сприймають даний продукт, технологію або послугу як нові саме для себе».

Таким чином, інноваційний процес можна вважати засобом задоволення суспільних потреб на основі впровадження досягнень науки і технології.

Інноваційний процес охоплює невиробничу сферу, сферу матеріального виробництва й експлуатації. Він є системою етапів, стадій та видів робіт, і тому має складну структуру.

Інноваційний процес – це не тільки складний, а й взаємопов'язаний процес створення інновацій з використанням сукупності системи знань, наукової і маркетингової діяльності; сукупності засобів праці, що полегшують людську працю і роблять її продуктивнішою (техніка, прилади, устаткування, організація виробництва).

Інноваційний процес – це комплекс різних послідовних видів діяльності на основі поділу і кооперації праці – від одержання нового теоретичного знання до використання створеного на його основі товару споживачем.

Сутність кооперації в науці, як і в матеріальному виробництві, полягає в спільності зусиль, без яких необхідний результат не може бути досягнутим.

Ефект кооперації дослідників в інноваційній сфері полягає в тому, що зі збільшенням кількості вчених:

- по-перше, з'являється можливість зібрати й опрацювати значний обсяг наукової інформації;

- по-друге, з'являється велика кількість різноманітних точок зору на вирішення науково-технічних проблем і зростає ймовірність прийняття правильного рішення;

- по-третє, простота розподілу обов'язків відповідно до особистих здібностей і можливостей науковців.

Проте зростання кількості членів колективу ускладнює процес організації взаємодії і управління, знижує відповідальність індивідуума за результатами роботи.

Подальший розвиток кооперації супроводжується розподілом наукової праці, коли вчені спеціалізуються на вивченні певної категорії об'єктів: фізичних, хімічних, економічних, історичних тощо (предметний розподіл праці).

Існує розподіл наукової праці за стадіями інноваційного циклу. Інноваційний процес поділяється на окремі етапи, види діяльності та стадії, а саме: фундаментальні та прикладні дослідження, проектно-конструкторські розробки, освоєння нововведення у виробництві й експлуатації. Це призводить до дискретності інноваційного циклу, коли окремі результати не знаходять довгий час свого застосування на наступних стадіях.

На відміну від виробничого процесу, інноваційний процес характеризується:

- високим ризиком і невизначеністю шляхів досягнення цілей;
- неможливістю детального планування та орієнтації на прогностичні оцінки;
- необхідністю знаходити порозуміння у сфері економічних відносин та в інтересах учасників інноваційного процесу;

- залежністю від соціально-економічного середовища, у якому він функціонує і розвивається.

Потреба в інноваційному процесі формується під впливом такої суперечності, як співвідношення між реальною і бажаною ситуацією в розвитку суспільства. Започатковує інноваційний процес настанова на зміну ситуації або її вдосконалення. Розрізняють три види інноваційного процесу:

- простий внутрішньоорганізаційний (натуральна форма);
- простий міжорганізаційний (товарна форма);
- розширений.

Простий внутрішньоорганізаційний інноваційний процес передбачає створення і використання нововведення в рамках однієї організації. Нововведення при цьому не набирає безпосередньо товарної форми. У разі простого міжорганізаційного інноваційного процесу нововведення стають предметом купівлі-продажу в стосунках між виробниками та споживачами. Розширений інноваційний процес виявляється з появою нових виробників нововведення, порушуючи монополію виробника.

Простий інноваційний процес переходить у товарний за дві фази:

- 1) створення інновації та її поширення;
- 2) дифузія нововведення.

Поширення інновації – це інформаційний процес, форма і швидкість якої залежать від комунікаційних каналів, спроможності суб'єктів господарювання сприймати цю інформацію та практично використовувати.

Справа в тому, що суб'єкти господарювання, діючи в реальному економічному середовищі, виявляють неоднозначне ставлення до пошуку та впровадження нововведень.

Дифузія інновацій – це процес передавання (трансферту) технологій фірмами різних країн з урахуванням часу, внаслідок чого нововведення проникають у різні галузі виробництва та знаходять усе більше споживачів. Неперервність інноваційних процесів зумовлює швидкість та межу дифузії нововведення. Згідно з теорією Й. Шумпетера, дифузія інновації – це процес кумулятивного збільшення кількості імітаторів (послідовників), які

впроваджують нововведення слідом за новаторами, очікуючи більших прибутків. Слід зважати на те, що процес дифузії інновацій може здійснюватись як міжфірмовими каналами незалежних іноземних фірм, так і через внутрішні канали транснаціональних корпорацій у разі впровадження нововведень у будь-якому з їхніх відділень, розміщених в інших країнах.

Вирізняють такі форми трансферу інновацій на світовому ринку:

- передавання, продаж або надання за ліцензією всіх форм промислової власності (за винятком товарних і фірмових знаків);
- торгівля високотехнологічною продукцією;
- передавання технологічного знання, необхідного для придбання, монтажу і використання обладнання, машин, напівфабрикатів і матеріалів, одержаних за рахунок оренди, закупки, лізингу або будь-яким іншим шляхом;
- промислове і технічне співробітництво в тій частині, що стосується технічного утримання обладнання й устаткування, на півфабрикатів і матеріалів;
- надання консалтингово-інжинірингових послуг;
- передавання технологій у рамках інвестиційного співробітництва.

Процес передавання технологій тісно пов'язаний з теорією життєвого циклу інновації. На етапі «дослідження і розробка» передавання технології (новації) не відбувається, бо ще невідомі сфери її використання і витрати на розробку. На етапі «впровадження» з'являється новий товар, виробництво якого є монопол'ю ним. Конкуренція відсутня. Дифузія інновації здійснюється у формі експорту товарів. На етапі «зростання» інновація поширюється в інших країнах, проте ще повністю не освоєна.

З настанням періоду «зрілості» виникає поширення і обмін інноваціями між різними країнами. Поступово нова технологія удосконалюється і стандартизується, проходить активне її передавання в країни, що розвиваються. Вона одержує загальне поширення, цінність її знижується, в розвинутих країнах припиняється виробництво, експорт товару змінюється імпортом. Виникає нова хвиля передавання технології з країн, що розвиваються, в слаборозвинуті країни.



## *2.2. Структура інноваційного процесу*

Інноваційний процес в економічному й організаційному розумінні поділяється, на окремі етапи, стадії, фази, які розрізняються між собою цільовим призначенням, специфікою управління, фінансуванням, кінцевим результатом діяльності.

У дослідженнях структури інноваційного процесу більшість вітчизняних учених дотримується схеми: «дослідження – розробки – виробництво – маркетинг – продаж». Американські дослідники розглядають інноваційний процес докладніше: «фундаментальні дослідження – прикладні дослідження – розробки – дослідження ринку – конструювання – дослідне виробництво – ринкове випробування – комерційне виробництво». Усі ці етапи взаємозумовлені і забезпечують успіх нововведення лише за умови інтеграції їх у єдине ціле.

Специфіка інноваційного процесу така, що з розробленням інновації центр уваги поступово переміщується від сфери досліджень до сфери збуту. Водночас елементи інноваційного процесу перебувають у тісній взаємодії, постійно обмінюючись інформацією.

Інноваційні етапи та стадії породжують організаційно відокремлені функціональні підрозділи, але якщо їхня взаємодія не відтворює результатів, то інноваційний процес не досягає цілей. Кожна із стадій інноваційного процесу має свою організаційну форму, свою специфіку управління та цільове призначення. Проте вдосконалення інноваційного механізму на окремій стадії не підвищує результативності процесу в цілому. Якщо цінні фундаментальні ідеї не використовуються для розроблення нових технологічних процесів, а нові технології не перетворюються на товари суспільного попиту або застосовуються в локальних сферах, то потенціал такого нововведення практично не реалізується. Для забезпечення ефективності інноваційного процесу в цілому першочергове значення мають такі форми його організації, за яких результат кожної стадії є основою для подальшого руху до наступної.

Важливим моментом є взаємодія стадій, що забезпечує неперервність, гнучкість і динамізм усього процесу.

Розвинуті країни накопичили значний досвід організації інноваційних процесу. Слід зазначити багатогранність шляхів і форм, за допомогою яких досягається інтеграція стадій інноваційного процесу.

Інноваційний процес має циклічний характер розвитку, здійснюється в просторі і часі. Основні його етапи: науковий, технічний, технологічний, експлуатаційний. Вони охоплюють такі види діяльності:

- фундаментальні дослідження (ФД);
- прикладні дослідження (ПД);
- дослідно-конструкторські розробки (ДКР);
- дослідно-експериментальні розробки (ДЕР);
- дослідна база наук (ДБН);
- організаційно-економічна робота (ОЕР);
- промислове виробництво нових товарів (ПВНТ), масове виробництво.

Інноваційний процес починається з фундаментальних досліджень, передумовою яких є більш загальний етап наукової творчості, що дістав назву «дологічне дослідження». Це – художньо-образна основа інтелектуальної діяльності мислення: інтуїція, уява, асоціативні здібності, методи та прийоми наукового пізнання, яке охоплює спеціальну методологію конкретних наук. «Дологічні» передумови є витком ланцюга «наука – виробництво», хоча й містить мінімум наукової точності. Наприклад, якщо процес виробництва нового продукту або нового технологічного методу виникає на новій науковій ідеї, то ця ідея має виток у «дологічній» роботі мислення вченого.

На підтвердження цієї думки наведемо вислів визначного хірурга і анатома М. І. Пирогова, який започаткував анатомо-експериментальний напрям у хірургії. «Усе високе і прекрасне в нашому житті, науці і мистецтві створено розумом за допомогою фантазії, і багато – фантазією за допомогою розуму».

**Фундаментальні дослідження** – це розроблення гіпотез, концепцій, теорій у конкретних сферах наукової діяльності, які є основою для створених нововведень. Наприклад, створення ядерного реактора італійським ученим

Енріко Фермі (1941) бере початок у його теоретичних працях з ядерної фізики, які заклали основу практичного використання реакції розщеплення атомного ядра.

Фундаментальні дослідження спрямовані на одержання нових наукових знань, виявлення суттєвих закономірностей розвитку природи та суспільства. Їхньою метою є пізнання об'єктивних законів розвитку Всесвіту. ФД поділяють на **теоретичні та пошукові**. Результатом теоретичних досліджень є наукові відкриття законів і закономірностей розвитку світу, обґрунтування нових понять, створення нових теорій.

Теоретичні дослідження є найважливішою складовою в системі наукових знань, бо наукові теорії дають змогу пізнавати існуючі процеси і явища, проаналізувати вплив на них різних чинників і запропонувати рекомендації щодо використання їх у практичній діяльності. Поки відповідні закони не відкриті, люди не може лиш описувати явища, збирати та систематизувати факти, але вона не може передбачити і пояснити їхньої дії. Самі по собі факти – це ще не наука. Вони стають складовою наукових знань тільки в систематизованому й узагальненому вигляді. Факти систематизують і узагальнюють за допомогою найпростіших абстракцій – **понять** (визначень), які є важливими структурними елементами теоретичної науки. Найширші поняття називаються **категоріями**. Це – загальні абстракції.

Наука містить у собі також методи дослідження. **Метод** – це інструмент, за допомогою якого досягається головне завдання фундаментальних досліджень – відкриття об'єктивних законів дійсності, які відображають найбільш істотні, стійкі, тривалі об'єктивні внутрішні зв'язки в природі, суспільстві, мисленні.

Російський фізіолог, лауреат Нобелівської премії І. П. Павлов так характеризував роль наукового методу: «...Метод – це найперша, головна річ... Від методу, від способу дії залежить уся серйозність дослідження. Уся справа – в хорошому методі. Метод тримає в руках долю дослідження».

Учений, проводячи ФД, може й не знати, коли і як саме практично застосовуватиметься його результат. Згідно з орієнтовними підрахунками,

ймовірність одержання результату на стадії ФД дорівнює 5–10 %, тоді як на стадії прикладних досліджень – 85–95 %, а на стадії розробок – 95–97 %. Результати ФД можуть бути використані в різних галузях матеріального виробництва для найрізноманітніших видів нової продукції протягом тривалого часу.

Цілеспрямовані ФД – це відбір тих принципів, явищ, закономірностей, які придатні для практичної реалізації найближчим часом. Цілеспрямовані дослідження охоплюють розроблення нових методологій, методів вирішення науково-теоретичних проблем різних напрямів; проблем прогнозування, моделювання, стратегічного планування й управління процесами функціонування та розвитку галузей і об'єктів народного господарства. До цілеспрямованих ФД належать дослідження, які пов'язані з вивченням і розробленням методології та методів за такими напрямками:

- універсального використання (філософія, математичні науки, теорія моделювання, кібернетика);
- вирішення проблем неживої природи (хімія, геологія, астрономія);
- вирішення проблем розвитку організмів та процесів живої природи (біологія, медицина, агрономія);
- вирішення проблем взаємодії суспільства з природою (фізика, екологія).

На наступному етапі виконуються пошукові дослідження, об'єктом яких є питання синтезу прикладних теорій; створення наукових основ конструювання, проектування, побудови й експлуатації підприємств; вивчення можливостей одержання нових видів продуктів (машин, приладів, систем, споруд, технологій, нових витоків енергії); створення нових властивостей матеріалів та їх сполучень.

Пошукові дослідження проводяться в математиці, механіці, теплофізиці, гідротехніці, металознавстві, машинознавстві та ін.

Розвиток пошукових досліджень характеризується диференціацією традиційних наук та формуванням нових (ядерної, лазерної, космічної, робототехніки тощо), які зробили переворот у різних сферах господарства та суспільного життя. Таким чином, розвиток науки є вихідною базою для

виникнення нових галузей виробництва. Наука стає безпосередньо виробничою силою суспільства, бо в її надрах народжуються нові види виробництва, нові технології, нові знання.

Пріоритетне значення фундаментальної науки в розвитку інноваційних процесів визначається тим, що вона виступає як генератор ідей, торує шляхи в нові сфери знань. Проте позитивний вихід фундаментальних досліджень у світовій науці становить лише 5 %. Тому фундаментальні дослідження фінансуються за рахунок бюджету держави і не входять до сфери матеріального виробництва. Проте витрати на науку є найбільш прибутковою справою, бо наука в повному розумінні слова є підґрунтям духовного і матеріального багатства людства. Наукові знання – своєрідний товар. Після практичної реалізації наукової ідеї її віддача не припиняється. Наукові ідеї не вмирають, вони продовжують своє життя в поєднанні з новими ідеями або у вигляді бази для розроблення нових ідей і теоретичних концепцій. Наприклад, відкриття, зроблені Фарадеєм і Максвеллом, Резерфордом і Кюрі, Лобачевським і Ейнштейном, продовжують своє служіння науці та виробництву, виступаючи як знаряддя нових відкриттів і матеріального втілення в космічних кораблях, електронно-обчислювальних машинах тощо. У сучасному обладнанні, устаткуванні, технологіях реалізується інтелектуальна праця вчених багатьох поколінь.

Громадська цінність наукової ідеї виявляється після того, як вона стає загальним надбанням. Хто б не був фактичним творцем наукової ідеї, якій би приватній компанії не належало юридичне право на її використання, однак рано чи пізно власником цієї ідеї стає все суспільство, всі одержують право на її споживання.

Таким чином, відкриття як інтелектуальний продукт не має ринкової вартості, бо на нього неможливо оформити ліцензію, оскільки воно несумісне з яким-небудь еквівалентом, їх висока евристична цінність, як правило, відзначається міжнародними і державними преміями. Наприклад, до наукових відкриттів, які становлять загальнолюдські цінності, належать відкриття Ернста Резерфорда, який створив теорію радіоактивності і планетарну модель атома; Альберта Ейнштейна – автора теорії відносності і засновника сучасної фізики;

академіків М. Г. Басова, О. М. Прохорова і американського вченого Ч. Х. Таунса, які створили перший квантовий генератор – лазер, за що їм у 1964 р. було присуджено Нобелівську премію. Витоки відкриттів містяться в оточуючому людину матеріальному світі у вигляді законів руху матерії. Їх відкриття започаткувало розвиток нового напрямку електроніки – квантової електроніки. Отже, результати фундаментальних досліджень є базою і рушійною силою розвитку всієї системи науки, техніки, технології, організації й управління процесами виробництва, вирішення соціальних проблем, проблем розвитку суспільства в цілому і кожної особистості зокрема.

Розвиток науки має значно випереджати розвиток техніки і виробництва, а матеріальне виробництво має бути достатньо рухомим у використанні наукових результатів, мобільним у перебудові залежно від цих результатів.

Сфера матеріального виробництва охоплює прикладні дослідження, технічні розробки, первинне опанування новаціями та їх поширення, промислове виготовлення нового продукту. Це – технічний, технологічний та експлуатаційний етапи інноваційного процесу.

**Прикладні дослідження (ПД)** спрямовані на пошук шляхів практичного використання вже відкритих явищ і процесів. Науково-дослідна робота прикладного характеру ставить за мету вирішення технічних та технологічних проблем стосовно конкретної галузі виробництва. На цьому етапі перевіряють інноваційні ідеї на їх життєздатність, технічну, економічну та споживацьку ефективність; її оцінку можуть дати спеціалісти, які мають підготовку у сфері техніко-економічного аналізу – аналітики.

Показником значущості, доцільності інноваційної ідеї є показник **рівня науково-технічної доцільності**. Він визначається з урахуванням унікальності, оригінальності та масштабності перетворень. Чим більша значущість, тим вищий рівень:

*1-й рівень* – інноваційні перетворення, які зводяться до модернізації технічних рішень чи продукту;

*2-й рівень* – це інноваційні перетворення, які приводять до корінних перетворень способів роботи техніки чи використання продукту;

*3-й рівень* – це інноваційні ідеї, які націлені на випереджаючі технічні рішення, що дає змогу створити принципово нові конструкції товару чи обладнання. Наприклад, електромобіль із силовою установкою у вигляді електрохімічного витоку струму;

*4-й рівень* – це інноваційні ідеї піонерного рішення, тобто винаходи, які змінюють не тільки процеси виробництва, а й роблять автоматично конкурентну позицію підприємства ідеальною. Наприклад, таким був апарат для поглинання радіації і дезактивації зараженого середовища, дія якого ґрунтується на трансмутації радіоактивності.

Одержані результати аналітичної оцінки є основою для дослідно-конструкторських розробок і створення (або модернізації) зразків нової техніки, матеріалів, технології, продуктів. Метою ДКР є створення зразків нових виробів, нової техніки, які можуть бути передані після відповідних випробувань у серійне виробництво.

На стадії дослідно-експериментальної розробки проводиться остаточна перевірка результатів теоретичних досліджень і розробляється відповідна технічна документація, виготовляються та випробовуються зразки нових виробів. Імовірність одержання позитивного результату від НДР до ДКР підвищується до 95–97 % для подальшого практичного використання.

Критерієм, який дає змогу відрізнити наукові дослідження і розробки від супровідних їм видів науково-технічної, виробничої та іншої діяльності, є наявність у них значного елемента новизни.

**Експериментальна база науки** є складовою наукового потенціалу країни, її стан і використання характеризуються можливістю науки здійснювати дослідну перевірку результатів наукових досліджень і розробок з метою неперервності інноваційного процесу. Дослідне виробництво може мати різні організаційні форми – завод, цех, дослідна станція, дослідно-експериментальне виробництво, майстерня тощо; мати різне місцезнаходження, різний ступінь господарської самостійності; перебувати на балансі наукової організації чи бути юридичною особою.

Дослідно-експериментальні роботи завершують стадію освоєння промислового виробництва нових виробів, і починається процес промислового виробництва (ПВ). У виробництві знання матеріалізуються, а дослідження добігають свого логічного завершення.

Після того як нововведення вступило в стадію масового виробництва, воно потребує піклування дослідної, так би мовити, «материнської» організації. Це виробничі дослідження (ВД), які поділяються на три категорії:

- 1) дослідження нових виробничих методів та дій;
- 2) дослідження методів стандартизації та контролю якості;
- 3) дослідження, пов'язані з доведенням нової продукції до споживача (маркетингові дослідження).

Метою цих досліджень є забезпечення безаварійної й економічної роботи, ліквідація застарілого обладнання, постійне поліпшення якості продукції та сервісного обслуговування споживача. Вони передбачають технічні й організаційні заходи, що можуть забезпечити підтримку нового виробу в робочому стані протягом нормативного часу служби.

**Інформаційна робота** – це наукова робота, спрямована на підвищення ефективності пошуку науково-технічної інформації під час виконання різних видів НДДКР. Важливою складовою цієї роботи є патентні дослідження.

Організаційно-економічні роботи пов'язані з удосконаленням організації та планування виробництва, розробленням методів організації праці та управління, методів оцінювання ефективності науково-технічних розробок.

Інноваційний процес включає: нововведення; інноваційну діяльність; державну інноваційну політику; інноваційний потенціал; інноваційну сферу; інноваційну інфраструктуру і інноваційні програми.

Інноваційна сфера є частиною системи економічних відносин. Це сукупність галузей національного господарства (приватних і державних структур) і видів суспільної діяльності, які не беруть безпосередньої участі у створенні матеріальних благ, але виробляють особливі споживчі вартості, необхідні для функціонування і розвитку виробництва.



Й. Шумпетер таким чином визначив функціональне призначення інноваційної сфери:

- комерційний аналіз потенційних споживачів інновацій;
- пошук перспективних ідей, джерел функціонування;
- організація створення і впровадження нововведень;
- тиражування;
- підтримка і утилізація.

У інноваційну сферу входять учені і винахідники, підрозділи, які розробляють і впроваджують інновації; венчурні і науково-технічні організації; система освіти.

Умови функціонування інноваційної сфери визначаються інтелектуальною власністю і власністю на продукти інноваційної діяльності. В ній формується спеціалізована матеріально-технічна база, накопичуються спеціальні прийоми і методи організації і управління інноваційною діяльністю, розрізнені процеси створення і впровадження нововведень об'єднуються в єдиний інноваційний процес, який забезпечує умови їх освоєння підприємствами і споживачами.

*Інноваційний потенціал.* Інноваційний розвиток кожної країни залежить від інтелектуального, духовного, морального і творчого потенціалу суспільства. Базовими складовими такого потенціалу є розвиток науки, рівень і якість освіти населення, а сам інноваційний потенціал визначається часткою затрат на фінансування науково-дослідницьких витрат у валовому національному продукті.

*Інноваційна діяльність.* Вона здійснюється в будь-якій суспільній сфері - від економіки до освіти, мистецтва і навіть політики.

Існують різні визначення інноваційної діяльності. Її можна визначити як комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, які призводять до інновацій. У вузькому розумінні це спільна діяльність робітників компанії (підприємства), спрямована на створення і впровадження нововведень.

Діяльність є інноваційною, якщо в неї привносяться нові знання, технології, прийоми, підходи для отримання результату, який у значній мірі потребує суспільство.

Інноваційна діяльність носить системний характер, і цю систему утворюють суспільство і суб'єкти такої діяльності.

Вона являє собою комплекс заходів по розробці, впровадженню, освоєнню, виробництву, дифузії і комерціалізації нововведень, об'єднаних в один логічний ланцюг. Кожна ланка цього ланцюга має свій зміст і свої закономірності розвитку. Наукові дослідження, дослідно-конструкторські і технологічні розробки, інвестиційні, комерційні і виробничі заходи підпорядковані одній головній меті – створенню нововведення.

Інноваційна діяльність характеризується високим рівнем невизначеності і ризику, складністю прогнозування результатів.

Пріоритетними є економічні умови, а найважливішим параметром в ході інноваційної діяльності стає час. Ресурси, що залучаються до інноваційного процесу, можуть бути знецінені, якщо конкурент випередить з виходом нової продукції на ринок.

Компанія McKinsey вважає, що затримка випуску інноваційного товару на ринок на шість місяців приводить до зменшення прибутку на 30 %, а перевитрата бюджету групи розробки на 30 % означає скорочення обсягу прибутку на 2 %.

Інноваційній діяльності властиві прагнення до максимальної збалансованості технологічних і економічних чинників, оптимізація часових меж, залучення максимально можливого числа джерел інноваційних ідей, а також економія витрат в ході всього життєвого циклу нововведень.

Інноваційна діяльність на відміну від звичайної виробничої характеризується:

- великим ризиком при комерціалізації інновацій (до 50 %); необхідністю постійного контролю за проміжними етапами впровадження інновацій, щоб у разі відсутності конкретних результатів ухвалити рішення про припинення робіт;

- складністю встановлення залежності результатів від витрачених ресурсів і розмірів інвестицій (у перший період упровадження інноваційна продукція може не давати ніякого прибутку, а потім прибуток різко зростає).

*Інноваційна інфраструктура.* Виробнича, науково-технічна і інноваційна діяльність тісно пов'язані між собою, але формуванні інфраструктури кожного виду діяльності характеризується спеціалізованими організаційними елементами і механізмами їх функціонування. Процес розвитку інноваційної інфраструктури починався із створення окремих лабораторій, технопарків і інкубаторів наукоємних технологій. В останні роки створюється інфраструктура науки, що відповідає вимогам ринкової економіки: наукові міста, особливі економічні зони і спеціальні фінансові структури; система вищої освіти. Розвивається сфера наукоємних послуг – інжиніринг, лізинг, консультування.

### ***2.3. Інноваційна діяльність у сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму***

В інноваційній діяльності туристичний бізнес опирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей і створенню нових напрямів туризму слід тільки після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і теперішнього. Глибоке розуміння сфери діяльності дозволяє передбачати розвиток подій і випереджати конкурентів. На впровадження інновацій в туризмі впливає економічна ситуація в країні, соціальне становище населення, національне законодавство, а також міжурядові і міжнародні угоди. Тому мотиви і причини появи інновацій в туристичній діяльності в кожній країні бувають різними. Але для будь-якої країни є декілька характерних рис:

- потреби населення, що зростають у зв'язку зі знайомством із способом життя в інших регіонах і отриманні нових знань;
- насичення багатьох класичних і традиційних напрямів поїздок (дестинацій);
- небезпека втрати квоти ринку у в'їзному туризмі;
- загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;

- необхідність стримувати виїзд своїх громадян в зони, аналогічні за умовами регіонам своєї країни (природа, культура, клімат);
- гармонійне об'єднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвимогливіших туристів;
- технологічна революція і експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди по торгівлі послугами (ГАТС), в туристській сфері розвивається інноваційна діяльність по трьох напрямках.

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

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

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

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

## *2.4. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації туристичного продукту*

Туристичний бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Тому треба спочатку вивчити досвід минулого, співвіднести його з теперішнім часом, стати експертом в своїй області і лише потім приступати до втілення нових ідей і впровадження інновацій.

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 проходять в міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю; освоєнні нових технологій (електронна торгівля, створення віртуальних туристичних фірм); формах маркетингу, створенні туристичного продукту.

Як уже наголошувалося, впровадження електронного бізнесу дозволяє:

- використовувати більш економічні канали зв'язку з компаніями і цільовими ринками;
- споживачам простіше і швидше придбати туристичний продукт, що призводить до збільшення обороту і обсягу витрат;
- забезпечувати більш високий рівень обслуговування і утримання споживача;
- скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощенню процедури торгових операцій.

Найважливішим аспектом електронного бізнесу і маркетингу є управління взаємостосунками зі споживачем через споживацький маркетинг (Customer Relationship Management — CRM).

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

Електронна торгівля є новою формою ринкових відносин і ґрунтується на вживанні новітніх телекомунікаційних технологій, насамперед Інтернету. Система торгівлі в мережі Інтернет задовольняє як покупця, так і продавця.

Якщо в 1997 р. обсяг глобального електронного ринку оцінювався в 10 млрд. дол., то в 2005 р. — вже більше 350 млрд. дол. США.

Туризм має важливу перевагу перед іншими секторами електронної торгівлі — його споживач отримує придбаний продукт безпосередньо в місці його виробництва, в туристичному центрі (немає необхідності доставляти продукт споживачу за різними адресами).

В 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 відображає територіальні особливості та поєднує цінності навколишнього середовища зі специфічними місцевими умовами прийому, обслуговування туристів.

Розробка стратегії маркетингу для продукту привела до створення об'єднань (асоціацій), що отримали 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, море, знайомство з культурно-історичними цінностями та ін.).

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

Тенденція створення клубів торкнулася і Росії, проте дещо в іншому ракурсі: об'єдналися фірми, які направляють туристів в конкретні країни: клуби Угорщини, Мальти, Чехії, російсько-в'єтнамський клуб і ін.

## *2.5. Інновації в управлінні туристичними підприємствами*

- ❖ Управління за контрактом;
- ❖ Ділове партнерство

Однією з поширених форм ділового партнерства є стратегічні альянси, які в секторі послуг створюються набагато частіше, ніж у сфері виробництва. В кінці минулого століття 29 % ділових альянсів створювалося у сфері продажів і маркетингу, 25 % — у сфері виробництва продукції, 17 % — в області досліджень і розвитку.

Головною умовою стратегічного альянсу є співпраця між підприємствами з метою підвищення конкурентоспроможності учасників. Стратегічні альянси можуть мати різні форми — від договору про співпрацю до спільного підприємства. Партнерство здійснюється шляхом узгодження ефективних стратегічних напрямів діяльності, обміну ресурсами (технології, професійні навички і ін.) і інформацією, які викликають взаємний інтерес.

Компанії об'єднуються для досягнення певної мети, зберігаючи незалежність; компанії спільно контролюють виконання поставлених завдань і ділять переваги, отримані в результаті об'єднання; вносять свій внесок в одну або більш сфер стратегічної діяльності (технології або продукти).

Такі альянси не є застиглими конструкціями — вони змінюються залежно від ситуації на ринку: часто спостерігаються випадки виходу учасників з цих альянсів, переходу з одного об'єднання в інше і створення нових альянсів.

Процеси ділового партнерства зачіпають і сферу туризму. Задовольнити потреби клієнтів можна лише використовуючи ресурси багатьох компаній. Жоден виробник туристських послуг (засоби розміщення, транспортні компанії, індустрія розваг, туристські фірми) не в змозі поодиноці надавати все різноманіття послуг, а також забезпечити комплексний розвиток центрів, відвідуваних туристами.

Ділове партнерство в туризмі призводить до різних форм співпраці:

- для боротьби з конкурентами;
- об'єднання з учасниками бізнесу з інших сфер діяльності;

- створення «клубів» для спільної роботи по реалізації специфічного туристського продукту на ринках інших країн;
- для сумісного перевезення туристів;
- створення франчайзингових мереж;  
упровадження інновацій.

У зв'язку зі специфікою роботи на туристських ринках стали з'являтися альянси, які знають специфіку окремих регіонів. В 2001 р. був заснований «Універсальний туристський альянс» (Universal Tourism Alliance — UTA), членами якого на сьогоднішній день є вісім туристських компаній з Болгарії, Чехії, Єгипту, Фінляндії, Греції, Італії, Мальти і Словаччини. Завдяки багаторічному досвіду співпраці на російському ринку, всі члени UTA знають специфіку роботи і гарантують високий рівень обслуговування. Всі члени альянсу підтримуються національними урядовими організаціями.

- ❖ синдіціювання;
- ❖ корпоратизація;
- ❖ мережі та консорціуми;
- ❖ альянси.

## ***2.6. Динамічне моделювання туристичного бізнесу***

Нові технології, розмивання меж між галузями, глобалізація ринків і посилення конкуренції в значній мірі впливають на середовище, в якому діє бізнес. Ці чинники привели до появи *динамічного моделювання бізнесу* (dynamic business modeling — DBM). Його сутність - в інтеграції знань різних експертів, що дозволяє поглибити розуміння динаміки подій, які відбуваються на інноваційній арені.

*Інноваційна арена* — простір, який описується чотирма параметрами інновацій, а саме: технологіями, ринками або споживацькими групами і організаційною (внутрішньої і зовнішньої) структурою. Іншими словами, динамічне моделювання бізнесу полегшує формування загальної моделі інноваційного процесу.



**Перший етап динамічного моделювання.** Він включає аналіз існуючого і можливого **в майбутньому** позиціонування компанії на ринку; аналіз зацікавлених осіб (сил), перешкоджаючих або сприяючих переходу компанії до позиції, яку передбачається займати в майбутньому; аналіз бізнес-процесів.

*Аналіз позиціонування компанії* допускає визначення її можливостей (стан активів та ін.) на ринку залежно від динаміки зовнішнього середовища. Аналіз проводиться за двома напрямками: ресурсів і зовнішніх позицій компанії. Особливо важлива конкурентна позиція. Для її визначення часто використовується модель п'яти ринкових чинників Майкла Портера. Згідно цієї моделі ринкова позиція компанії визначається щодо її конкурентів, постачальників, споживачів, нових учасників ринку і продукту-замінника.

Ці чинники залежать від ряду інших взаємозалежних параметрів (число покупців, постачальників і продуктів-замінників), які, у свою чергу, залежать від сегменту ринку, унікальності продукції і ін.

*Аналізованими ресурсами* компанії є знання, репутація, капітальні (нерухомість), фінансові і управлінські активи. На теперішній час найважливішим чинником виробництва стає *знання*, якщо воно використовується з вигодою. Знання (особливо високих технологій) часто розглядається як специфічний компонент ресурсів підприємства, який за звичайних умов не може бути переданий іншій структурі.

Динамічне середовище вимагає, щоб максимально використовувався ефект сфер вживання. Їх розширення стає інноваційним інструментом, що забезпечує конкурентну перевагу.

Часто успіх або невдачу при розробці нових видів бізнесу визначають цінності і норми, діючі в компанії, які впливають на сприйняття і використання можливостей. Для розробки нових видів бізнесу важлива підприємницька культура. Іноді доводиться замінити персонал, систему управління і структуру. Щоб компанія могла скористатися отриманими знаннями з вигодою для того або іншого продукту, процесу або послуги, необхідна гнучкість.

При оцінці підприємцями, готовими йти на підвищений ризик, нових видів бізнесу часто основним параметром є якість менеджменту. Саме якість

управління, кращим індикатором оцінки якої є попередній досвід, визначає, чи будуть надані фінансові ресурси для забезпечення інноваційного процесу.

Важливим активом компанії є її репутація, популярність і авторитетність бренда. Коли компанії оцінюють свої інноваційні можливості, вони повинні брати до уваги і аналізувати всі чинники, що впливають на результат.

*Аналіз зацікавлених осіб.* Діючі суб'єкти (обличчя і групи осіб, організації), на яких впливає або може вплинути інновація, є зацікавленими особами. Вони мають певний інтерес до результатів процесів, що відбуваються в ході розробки нових форм бізнесу. Це споживачі, постачальники, конкуренти, партнери, інституційні особи, акціонери. Їх підрозділяють на внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб.

Залучення як зовнішніх, так і внутрішніх зацікавлених осіб в процес розвитку нових видів бізнесу в значній мірі підвищує ймовірність кінцевого успіху. Проте і тут є розумні межі. Залучення великої кількості зацікавлених осіб призводить до значного ускладнення процесу, яким необхідно управляти. Тому повинен бути визначений оптимальний баланс між ступенем залучення зацікавлених осіб і складністю інноваційного процесу.

В цьому процесі зацікавлені особи можуть грати як стимулюючі, так і гальмуючі ролі. Перешкоджати змінам можуть уряд, зацікавлені об'єднання (споживацькі організації, профспілки, екологи і ін.), засоби масової інформації. Уповільнювати швидкість змін можуть і конкуренти. Гальмуючу роль грають інерційні сили в самій компанії — ретрогради, консерватори, що дотримуються колишніх цінностей і норм, знань, навичок і умінь. Погано піддаються змінам самі системи управління.

*Зовнішні зацікавлені особи.* До них належать споживачі, постачальники, конкуренти, інституційні зацікавлені особи.

*Споживачі.* При розробці нового продукту або послуги необхідно детально досліджувати склад споживачів. Якщо фізичні якості продукту протестувати достатньо легко, то оцінити його емоційну цінність значно важче. Тут свою роль грають як традиції, так і мода.

*Постачальники.* Їх ролі в інноваційному процесі змінюються залежно від галузі економіки. Постачальники забезпечують компанії фінансовими ресурсами, що поступають від акціонерів, банків, уряду (субсидії, гранти і т.п.), висхідними матеріалами і компонентами, засобами виробництва, знаннями і ідеями, що поступають з інститутів, від споживачів і консультантів, персоналу.

*Конкуренти.* Вони можуть бути зацікавлені в розробці нових видів бізнесу в цілому, але і можуть перешкодити суперникам досягти успіху в ході інновацій. В ситуаціях зростання ринку більш вигідними є сумісні інновації, оскільки розвиток ринку для однієї компанії може виявитися неможливим. У багатьох випадках вигідне партнерство з конкурентами, особливо якщо ринок піддається атаці продуктів-замінників.

Для партнерів компанія повинна бути передбаченою і викликати довір'я, тоді вони виявлять готовність вкладати засоби і знання, щоб окупити загальні витрати.

*Інституційні зацікавлені особи.* Ними є органи влади і контролююча органи інфраструктура, особливо в регульованих галузях. Чим суворішими стають екологічні норми у ряді галузей (хімічна, сталеливарна і автомобільна), тим більшою мірою вони стимулюють інновації.

*Внутрішні зацікавлені особи* — це власники, акціонери, співробітники компанії.

*Акціонери.* Вони впливають на її акціонерну вартість. Акціонерна вартість забезпечується двома способами: через дивіденди і через збільшення ціни акцій.

Вартість компанії визначають чотири складові: потік грошових коштів, залишкова вартість, облікова ставка, борги. Чинниками вартості для потоків грошових коштів є зростання обсягу продажів, використання маржі прибутку, частка податків. Залишкова вартість діє як чинник як щодо оборотного, так і до основного капіталу, а облікова ставка залежить від вартості капіталу. Борги залежать від фінансово-інвестиційної політики компанії.

*Співробітники компанії.* Кожна інновація впливає на внутрішні процеси і вимагає адаптації співробітників і самої організації.

Розглядаючи вплив зацікавлених осіб на інноваційні процеси, слід брати до уваги і інтереси суспільства. Суспільство не є зацікавленою особою в тому ж значенні, як конкретні люди і організації — співробітники компанії, акціонери, споживачі і конкуренти. Але для того, щоб компанія протягом довгого часу процвітала, вона повинна сприяти благу суспільства, частиною якого є. Облік інтересів суспільства завжди окупається.

*Аналіз бізнес-процесу.* Бізнес-процес — це сукупність напрямів організаційної діяльності, в якій конкретні початкові складові трансформуються в продукт з наперед встановленими показниками, що приваблюють споживача і задовольняють його попит.

Другий етап динамічного моделювання. Це аналіз нелінійних механізмів, які визначають загальну поведінку бізнес-системи і впливають на непередбачувану динаміку інноваційного процесу.

Розрізняють шість основних класів нелінійних механізмів: «петлі взаємного посилення»; «петлі обмежень»; «механізми замикання»; тимчасові затримки; механізми відбору; механізми створення інновацій і внесення в них коректив.

*«Петлі взаємного посилення»* з'являються у тому випадку, коли два елементи системи впливають один на одного. Посилення (ослаблення) ознак одного елемента відповідно впливає на посилення (ослаблення) іншого. «Петлі взаємного посилення» призводять до того, що невеликі події сприяють значним результатам. Сприятливі «петлі взаємного посилення» звичайно приносять користь компанії. Вони виникають в ході розробки продуктів і нових технологій, сприяють їх сумісній еволюції. Одним з характерних тому прикладів є сумісна еволюція видів туризму і способів перевезень і засобів розміщення.

Є багато несприятливих «петель взаємного посилення», небезпечних компаній або тих, що негативно позначаються на роботі. Іноді репутація компанії або продукту може постраждати через якусь незначну подію, оскільки воно було розтиражовано засобами масової інформації. Несприятливі «петлі»

виникають, коли в гонитві за швидкістю розробок компанії пропонують на ринку продукти або послуги, що мають велику кількість недоліків.

*«Петлі обмежень».* Відомо, що кожному процесу зростання рано чи пізно приходить кінець, тоді і з'являються «петлі обмежень». За своїм характером ці обмеження можуть бути фізичними (торкаються особливостей, властивостей продукту, технології), економічними, соціальними, правовими або якимись іншими.

Інновація часто пов'язана з усуненням фізичних або економічних обмежень. У результаті модернізації продукту потенційний розмір ринку може переміститися на більш високий рівень, кінцева величина якого залежить від еластичності ринку. Зсув обмеження викликає цілий ланцюг подій, кінцевим результатом якого стає зміна ринку, ринкових часток і вартості компанії.

Крім технічних і економічних меж існують юридичні (у сфері екології, безпеки, охорони здоров'я) обмеження і соціальні допущення. Правові норми накладають обмеження, які не можна зняти за рахунок розробок в самій компанії. Соціальні або психологічні проблеми можуть перешкоджати інноваціям. Через це може змінитися мета, поставлена компанією, вона вимушена змінювати вид діяльності, внаслідок чого можуть виникнути абсолютно нові інноваційні напрями.

*«Механізми замикання»* пов'язані з технологіями, інвестиціями, організаційною структурою, підготовкою персоналу і іншими чинниками. Зміни в ролі якогось чинника приводять до опосередкованого впливу всіх інших. Це може збільшити витрати і перекрити майбутні вигоди. «Механізми замикання» можуть породити споживацьку лояльність або нейтралізувати атаки конкурентів на споживачів, в яких зацікавлена компанія. Щоб споживач не віддав перевагу продукції іншої компанії, можуть бути використані різні механізми: накопичення заохочувальних балів (бонуси для часто літаючих пасажирів, клієнтів готелів і ін.), особливі програми для комп'ютера, відео. «Механізми замикання» знижують гнучкість та інноваційність компанії.

*Тимчасові затримки.* Вони пов'язані з коливаннями попиту. Наприклад, із-за високих цін на свиняче м'ясо всі крупні виробники збільшують кількість

вирощуваного поголів'я. В результаті через деякий проміжок часу пропозиція свинини починає перевищувати попит і ціни на неї знижуються — ринок не може розширитися, виробники терплять збитки. Наступного року відбувається зворотне явище — виробники зменшили кількість свиней, попит на м'ясо перевищує пропозицію — ціни зростають. Ситуація повторюється і набуває циклічного характеру.

Існують і інші випадки тимчасових затримок. Так, рішення про найм нових співробітників і тимчасова затримка, викликана їх підготовкою, можуть призвести до такої ж циклічної поведінки системи. Компанії, що враховують циклічність тимчасових затримок, можуть отримувати прибуток, якщо зуміють скоротити їх тривалість у порівнянні з конкурентами.

*Механізми відбору.* Вони діють, коли споживачі ухвалюють рішення про покупку певних товарів або послуг, ґрунтуючись на своїх перевагах і сприйняттях характеристик продуктів. Механізмами відбору є різні форми тестування і проміжних звітів. В них відображаються критерії, якими користуються споживачі, акціонери і інші зацікавлені особи, вибираючи чинники, що забезпечують компанії отримання прибутку. Важливим механізмом відбору є правові норми, особливо в регульованих галузях.

Різні конфігурації процесів можуть привести до появи різних нелінійних механізмів. Існує два важливі аспекти динамічних систем: еволюція і самоорганізація. Еволюція — це процес, що відбувається під впливом дії трьох основних механізмів: відбору, «замикання», створення інноваційних систем і внесень у них коректив. З погляду самоорганізації важливу роль відіграють такі нелінійні механізми, як «петлі взаємного посилення», «петлі обмежень», «механізми замикання» і тимчасові затримки. Знаючи і розуміючи їх сутність, можна забезпечити переваги для своєї компанії і добиватися успіхів.

## ***2.7. Управління інноваціями***

Кожна компанія повинна знайти свій унікальний спосіб балансування між стандартами і інноваціями, між рівновагою і суперечністю, що сприяють розвитку.

При організації управління слід постійно пам'ятати про те, що ресурси компанії обмежені. Тому, розвиваючи підрозділи, що працюють зі споживачами, не можна забувати про інвестиції в основний виробничий процес.

Творчий елемент в управлінні повинен поєднуватися зі зміною взаємостосунків і форм взаємодії підрозділів компанії і окремих співробітників. Кожне замовлення суміжного підрозділу усередині компанії повинне сприйматися як запит клієнта, а кожна рекламація сусіднього підрозділу — як претензія покупця.

Важливе значення має ставлення *до споживачів*. Співробітникам компанії завжди слід пам'ятати правило: ставтеся до клієнтів так, як би ви хотіли, щоб вони ставилися до вас. Потрібно знати потреби споживача і виправдовувати його очікування задоволенням цих потреб, у тому числі і емоційних. Споживачу важливі як фізичні якості продукту, так і репутація компанії.

Майбутнє маркетингу полягає в тому, щоб володіти обширною базою даних про споживачів, що дозволить правильно формулювати індивідуальні пропозиції. Співробітники фірм часто ділять клієнтів на тих, хто їм подобається, кого вони лише терплять і хто викликає у них огиду. Більш розумною буде прагматична класифікація. Першу, найпривабливішу групу складають прибуткові клієнти, їм приділяють максимальну увагу. Друга група складається з перспективних клієнтів, увага до яких і робота з якими повинні носити довготривалий характер. Третя група — це примхливі клієнти, з ними слід бути запобігливими. Існує і четверта група — так звані ненадійні клієнти. Робота з ними або не приносить прибутку, або цей прибуток незначний і не компенсує шкоди, зумовленої їх присутністю.

Впроваджуючи новий продукт або послугу, слід враховувати ставлення клієнтів до інновацій (табл. 2.1).

**Залучення співробітників до участі в інноваційних процесах.** Політика компанії з управління персоналом повинна бути підпорядкована розвитку у співробітників здатності по-новому дивитися на традиційне і загальноприйняте, помічати відхилення від звичної норми, йти на осмислений

ризик ради завоювання нових позицій і цілей у вибраній сфері діяльності, виділяти з маси випадкових і хаотичних явищ корисні і перспективні.

Будь-яка інновація вимагає докласти значних зусиль, матеріальних і інтелектуальних ресурсів. Прагнення реалізувати інновацію в невідготовленому середовищі може призвести до збитків. Для розвитку компанії повинні бути мобілізовані всі творчі можливості колективу. Це можна зробити тільки в тому випадку, якщо використовувати знання, інтелект і досвід всіх співробітників.

*Таблиця 2.1.*

### **Споживачі по сприйнятливості інновацій**

Категорія споживачів	Частка, %	Характеристика споживачів
Новатори	2,5	Йдуть на ризик, випробуючи нововведення
Ранні послідовники	13,5	Лідери по сприйняттю нововведень, хоча і з обережністю
Рання більшість	34	Приймають нововведення з обачністю, але рідко бувають лідерами
Запізніла більшість	34	Сприймають нововведення після того, як воно випробувано більшістю споживачів
Відстаючі	16	Або не сприймають нововведення взагалі, або сприймають після того, як воно стає традиційним

В цьому і полягає завдання менеджменту. Не повинно бути розділення співробітників на «генераторів ідей» і простих виконавців. Нововведення повинні негайно ставати надбанням кожного працівника.

Проте важливо мобілізувати не тільки внутрішні резерви, але і залучити зовнішні сили, включити в інноваційний процес споживачів, постачальників, а при необхідності і конкурентів, якщо для розвитку нового бізнесу не вистачає ресурсів. При цьому необхідно, щоб співробітники документували свій досвід,



поширювали його серед своїх колег. Залучення всіх співробітників є важливою умовою для успіху інновацій. Існують три основні причини негативного ставлення до змін: раціональна, особиста і емоційна.

*Раціональна* — це нерозуміння деталей плану, впевненість в тому, що зміни не є необхідними, зневіра в їх заплановану ефективність, очікування негативних наслідків.

*Особиста* пов'язана зі страхом втрати роботи, турботою з приводу майбутнього, образою на отримувану в ході змін критику.

*Емоційна* зумовлена схильністю до активного або пасивного опору будь-яким змінам, апатією до ініціатив, недовірою до мотивів, що викликали зміни.

Часто змінам опираються ті люди, яким належить здійснити велику частину перетворень, причому і тим змінам, які явно відповідають їх власним інтересам. Можна виділити п'ять причин опору нововведенням.

1. Побойовання, що зміни здійснять негативний вплив на людину або групу, працівників: збільшиться обсяг роботи, а можливості винагороди знизяться, зміняться умови особистих угод, регулюючих відносини працівників з компанією.

2. Необхідність ламати звички: зміни допускають відмову працівників від практики і стереотипів поведінки, що склалася. Особливо характерна ця причина для керівного персоналу.

3. Недостатність інформації: компанія не повідомляє зрозуміло, чому і як належить змінити стиль роботи, невизначено формулює перспективи.

4. Нездатність ініціаторів змін заручитися підтримкою колективу (ключових посадовців, кваліфікованого персоналу), інтегрувати його потенціал в свою діяльність.

5. Заколот співробітників: люди опираються змінам, внутрішньо не сприймаючи їх. Вони чинять опір не стільки впровадженню новин, скільки їх прихованим наслідкам, тому, що їм самим доведеться мінятися.

**Створення команди.** Для забезпечення успіху інноваційного проекту необхідно сформувати команду. Цей процес складається з декількох фаз: власне формування; визначення загальних цілей, норм і цінностей; подолання

первинних розбіжностей; виходу на нормальний режим роботи; функціонування. Результат процесу можна визначити як появу певних взаємозалежностей між членами команди. Ефективність її роботи досягається добре збалансованим розподілом ролей. При ієрархічній структурі побудови команди один її член домінує над іншим тощо, при хаотичній структурі всі члени діють незалежно один від одного. Застосування знань багато в чому залежить від того, наскільки добре і злагоджено діє команда.

## **2.8. Управління знаннями**

Впровадження інновацій тісно пов'язане з процесом отримання і застосування знань, генерації ідей. В процес входить інформація про реалізацію продукту, ресурси, ухвалювані рішення, ідеї і гіпотези, які виникають, а також моделі і схеми, запозичені зі сторони. Нове знання може бути отримане тільки тоді, коли є основа у вигляді попереднього. В схемі управління компаніями з'явився і починає розвиватися специфічний напрям — управління *знаннями*. Воно включає моніторинг загальних знань, систему їх отримання, збереження в належному вигляді і ефективно і продуктивно застосування. Серйозною проблемою є класифікація, інвентаризація, кодифікування, зберігання інформації і вибірковий порядок доступу до неї. Деякі співробітники, які мають унікальні знання, бояться, що надання інформації іншим може негативно позначитися на їх положенні як фахівців. Хоча доступ до інформації може збільшити можливості її використання і застосування і стати основою для нових знань, такі можливості часто повною мірою свідомо обмежуються.

*Генерація ідей.* Цей процес відрізняється від застосування знань. Більшість людей не здатна займатися і тим і іншим в однаковій мірі добре, оскільки висунення ідей вимагає творчого підходу. Едуард де Боно ввів поняття «латеральне мислення» (*Lateral thinking*) і визначив його як «сукупність процесів, призначених для використання інформації способом, що генерує творчі ідеї за допомогою проникливого реструктурування концепцій, накопичених в пам'яті».

Компанії черпають нові ідеї товару або послуг з розробок дослідників, орієнтуючись на запити споживачів, поведінку на ринку конкурентів та ін. Процес генерації ідей активується на початку і в ході реалізації нового проекту.

Будь-яка компанія є потенційним джерелом ідей, якщо вона не залишає їх без уваги і стимулювання. Деякі компанії створили посаду менеджера ідей, з яким взаємодіють їх автори, торгові агенти, дистриб'ютори, постачальники і співробітники. В окремих компаніях вважають, що кожний працівник повинен вносити щомісячно пропозиції, спрямовані на вдосконалення продажів і закупівель, зниження витрат і т.д. При цьому кожному працівнику надається можливість використовувати 15% свого часу на розробку перспективної ідеї, що з'явилася у нього, не погоджуючи це з керівництвом. Генерація ідей — стартовий імпульс інноваційного процесу. Без підтримки новатора інноваційна діяльність неможлива. Проте ініціативі протистоять численні особові і організаційні бар'єри. Компанія повинна всіляко заохочувати нові ідеї, мати особливу базу для реалізації найперспективніших з них і залучати талановитих працівників, здатних упровадити їх.

## ТЕМА 3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### *3.1. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі*

Активний розвиток туризму в другій половині ХХ в., як вже наголошувалося, продовжується і в столітті поточному. Його резервом стали перманентні (безперервні) інноваційні процеси.

Стимулюючу дію на інноваційні процеси в туризмі здійснюють різноманітні чинники:

- нові напрями розвитку науки і техніки, поява нових технологій;
- економічна і політична ситуація в окремих регіонах світу і країнах;
- нововведення, здійснювані міжнародними організаціями, правила економічних взаємовідносин, встановлювані Всесвітньою торговою організацією, нові форми співпраці, впроваджені Всесвітньою туристською організацією, рішення, що приймаються міжнародними або регіональними туристськими організаціями, асоціаціями; отримання нових знань про туристські ресурси в різних регіонах земної кулі і інформації про додаткові можливості туристичних поїздок;
- державні закони, а також інші правові акти, що визначають економічні і політичні принципи функціонування туристичних підприємств, включаючи розробку державної концепції розвитку туризму, ухвалення нових нормативно-правових актів з соціально-економічних питань;
- зміна ситуації на ринках: поява нових туристичних напрямів, невідповідність пропонованих послуг потребам мандрівників, зміна структури попиту, поява нових вимог з боку споживачів до якості туристського продукту;
- впровадження новин в діяльність виробничих галузей, тісно пов'язаних з туристичним бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі установи, засоби зв'язку і ін.);
- прагнення компаній закріпити позиціонування на ринку або боротьба за виживання;

- несподівані події, не залежні від волі людей: екологічні і техногенні катастрофи, терористичні акти і інші.

Визнанням туризму як важливого напрямку політики країн європейського Союзу стала декларація його Ради від 10 жовтня 1984 р. «Про туристську політику Співтовариства». Надалі був прийнятий цілий ряд юридичних, організаційних і фінансових документів, які визначають туристську політику європейського Союзу. 13 червня 1990 р. була прийнята Директива Ради ЕЕС 90/314 «Про подорожі, відпустки і поїздки, що включають все»; схвалена Програма досліджень і навчання у сфері туризму; прийнята декларація Європарламенту про єдину туристичну політику і інші спеціальні програми для туристичного сектора, які передбачали виділення коштів на інвестиції у сфері туризму.

Інновації в туризмі стимулюються і в окремих країнах ЄС. Так, в Італії був прийнятий закон «Про реформу національного законодавства про туризм».

Цим законом туристичні підприємства прирівняні до промислових, на них розповсюджуються пільги, відрахування, субвенції, стимули і переваги, які передбачені діючими законодавчими нормами для промислової галузі, звичайно, в межах фінансових можливостей на ці цілі.

Закон спрямований на посилення взаємної співпраці різних структур і установ з метою проведення єдиної національної політики у сфері туризму, а також на повне використання можливостей підприємництва в туристській діяльності.

Важливою новиною в законодавстві Італії стало виділення місцевих туристичних систем, під якими «розуміють спільність однорідних або інтегрованих умов туризму, що включають навіть територіальні зони, розташовані в різних областях, які характеризуються комплексною пропозицією культурних і природних благ і туристичною привабливістю, включаючи типові сільськогосподарські продукти і вироби місцевих ремісників або широкою присутністю окремих або асоційованих підприємств».

Нова законодавча норма спрямована на стимулювання туристичної галузі і системний підхід до управління територією і її ресурсами. Місцеві туристичні

системи повинні організовуватися і управлятися з урахуванням самобутності територій, тобто способу життя, народних традицій і ремесел, географічних і природних умов.

Законодавчо закріпивши місцеві туристичні системи, держава забезпечила всі умови, передбачивши і фінансову підтримку, щоб сприяти самостійній роботі комун і провінцій зі створення проектів туристичного розвитку і їх реалізації.

Вплив на створення місцевих туристських систем здійснюють і програми державного фінансування, здійснювані Європейським Союзом сумісно з урядом і областями Італії. В програмі, розрахованій на 2000 — 2006 рр., брали участь шість областей (Сіцилія, Сардинія, Апулія, Калабрія, Кампанія і Базіліката). На Сіцилії за проектом «Від традиційного туризму до з'єднаної туристської системи» створена місцева туристична система, що об'єднала зусилля 15 комун острова.

В багатьох країнах відбувається еволюція організаційних форм управління туризмом і методів просування туристичного продукту на ринки.

Разом з тим треба враховувати, що будь-яка туристична система є вірогідністю. Така система завжди залишається невизначеною, оскільки не можна точно прогнозувати її розвиток, і будь-який прогноз ніколи не виходить за межі категорій вірогідності.

### ***3.2. Роль Всесвітньої туристської організації в стимулюванні і розповсюдженні інновацій***

Враховуючи економічне і соціальне значення туризму, держави прагнуть погоджувати і приймати міжнародні норми, регулюючі відносини у сфері туристичної діяльності. Наріжний камінь був закладений в заключному акті Наради по безпеці і співпраці в Європі, підписаному в Хельсінкі керівниками 33 європейських держав, США і Канади 1 серпня 1975 р. Держави-учасники виявили намір заохочувати розвиток туризму як засобу ознайомлення з життям, культурою та історією інших країн, зростання взаєморозуміння між народами, покращення контактів, у тому числі і у сфері дозвілля. Держави-учасники

виявили готовність сприяти покращенню матеріальної бази туризму, здійсненню спільних проектів у цій сфері, включаючи технічну співпрацю, обмін інформацією та ін.

Важливим міжнародно-правовим аспектом міждержавних туристичних зв'язків є співпраця, здійснювана в межах укладеної в 1979 р. Угоди про відносини і зв'язки Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) з Програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН). Угодою визначені напрями надання багатосторонньої допомоги в кожному економічному і соціальному секторі, пов'язаному з розвитком туризму, заходи по зміцненню матеріально-технічної бази туризму держав — членів Всесвітньої туристської організації. Велика частина проектів, що фінансуються ПРООН, здійснюється самою ООН або одним з 26 пов'язаних з нею і асоційованих установ на основі типової угоди між ЮНВТО як виконавчим агентством і ПРООН.

Якщо говорити про ЮНВТО, спеціалізовану установу ООН, то одним з основних завдань її діяльності є співпраця в цілях розвитку, який полягає в розповсюдженні і впровадженні новин, а також накопиченого досвіду в сфері туризму серед усіх країн світу.

Восени 1980 р. в Манілі (Філіппіни) відбулася Всесвітня конференція з туризму. Вона прийняла Манільську декларацію зі світового туризму, в якій визнається, що світовий туризм може розвиватися лише на основі справедливості, суверенної рівності, невтручання у внутрішні справи і співпраці всіх держав незалежно від їх економічних і соціальних систем, а його кінцевою метою є покращення якості життя для всіх народів.

Декларація Всесвітньої конференції з туризму в Акапулько (Мексика, 1982 р.) рекомендувала державам при здійсненні вибору технологій у сфері туризму гармонійно поєднувати місцеві і іноземні технології, пристосовувати їх до конкретних умов і використовувати перевірені прикладні методи.

Міжпарламентська конференція з туризму, що відбулася в квітні 1989 р. в Гаазі прийняла Гаазьку декларацію по туризму. В ній наголошувалося, що туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально-економічному зростанню для всіх країн, якщо одночасно вживаються необхідні заходи для

вирішенням найтерміновіших національних завдань і досягнення прийняттого рівня самозабезпечення, за якого країна не повинна витратити більше того, що вона сподівається отримати від туризму. Він повинен входити в комплексний розвиток країни разом з іншими пріоритетними напрямками економіки, а внутрішній туризм необхідно стимулювати так само, як і міжнародний.

На XIV сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, яка проходила в 2001 р. в Сеулі і Осаці, були прийняті Сеульська декларація «Світ і туризм» і Осацька декларація тисячоліття.

В Декларації тисячоліття, яку склали і ухвалили лідери світового туризму з державного і приватного секторів, є розділ «Туризм і інформаційні технології». В ньому наголошується, що успішна діяльність туристичних підприємств і турцентрів багато в чому залежить від використання можливостей інформаційних технологій і Інтернету. Державні відомства, національні туристські адміністрації і організації маркетингу туристичних напрямів (ОМТН) повинні в тісній співпраці з приватним сектором і регіональними і місцевими властями активно створювати і збагатити комплексні бази даних для забезпечення конкурентоспроможності туристичного електронного бізнесу. На належному рівні слід захищати права споживачів, упроваджувати системи оперативного розв'язання конфліктів і передові технології для зручності і комфорту мандрівників, спрощення і уніфікації документації, необхідної при перетині кордонів.

У цілому цю декларацію можна вважати програмою дій у сфері розвитку інноваційних процесів в туризмі.

В декларації «Світ і туризм» проголошувалося: «ми прагнемо сприяти співпраці у сфері обміну знаннями, інформацією, технологією і людськими ресурсами в суміжних з туризмом галузях між розвиненими країнами і тими що розвиваються; співпрацювати в цілях перетворення туризму в наукоємну галузь і заповнювати відсутні ланки в галузі економіки, соціокультурного середовища і технології; а також сприяти соціальному розвитку і процвітанню людства».

У кінці січня 2004 р. відбулася перша Всесвітня конференція по комунікаціях в туризмі (TOURCOM), в якій брало участь 830 делегатів з 126



країн. Конференція проголосила нову інформаційну кампанію «Туризм збагатив особу, сім'ю, суспільство і все людство». Конференція призвала всі уряди збільшити інвестиції в розвиток туризму.

Тільки ЮНВТО має Ділову раду, об'єднуючу близько 350 різних організацій — членів ЮНВТО, що приєдналися. Для отримання статусу члена, що приєднався, потрібна офіційна підтримка тієї країни, на території якій знаходиться штаб-квартира кандидата. Членами, що приєдналися, є організації і компанії, що безпосередньо працюють у сфері туризму і подорожей або в суміжних галузях (транспортні компанії, банківські і страхові установи, видавничі будинки, учбові заклади).

Велика заслуга Всесвітньої туристської організації в тому, що вона стала ініціатором і розробником двох базових інновацій — принципу стійкого розвитку і системи оцінки економічного значення туризму.

### ***3.3. Принципи гармонійного розвитку туризму***

Науково-технічний і соціально-економічний прогрес призвів до прискореного розвитку туризму. Через це в місцях, масово відвідуваних туристами, виникли значні проблеми у сфері екології, культури і соціального розвитку. Неконтрольоване зростання туризму, обумовлене бажанням швидко отримати прибуток, часто призводить до негативних наслідків — збитку навколишньому середовищу і місцевим громадам. Це змушує людство проявляти турботу про збереження природних, історичних і культурних цінностей. Принципи охорони біосфери в глобальному масштабі були закріплені в 1992 р. конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро, в якому взяли участь делегації урядів 179 країн світу, численні міжнародні і неурядові організації. На конференції був схвалений програмний документ «Порядок денний на XXI століття» («Agenda 21») і прийнята Декларація про навколишнє середовище і розвиток.

Ухвалення цього документа стало початком упровадження радикального нововведення в сферу туризму — *принципу стійкого розвитку туризму*, який був запропонований ЮНВТО. Ця радикальна інновація змушує працівників

туристичної сфери і туристів змінювати свої погляди на туризм, на взаємостосунки його учасників.

В 1995 р. спільними зусиллями Всесвітньої туристської організації, Всесвітньої ради з подорожей і туризму і Ради Землі був розроблений документ «Порядок денний на XXI століття для галузі подорожей і туризму» (Agenda 21 for Travel and Tourism Industry).

В цьому документі аналізується стратегічна і економічна важливість туризму, приводяться численні повідомлення про надмірний наплив туристів, про втрату деякими курортами їх минулої слави, знищення місцевої культури, транспортні проблеми та опір місцевого населення напливу туристів, що зростає.

Документ намітив конкретну програму дій державних відомств, національних туристських адміністрацій (НТА), галузевих організацій і туристських компаній із стійкого розвитку туризму. Для урядових відомств визначені наступні пріоритетні сфери діяльності:

- оцінка існуючої нормативної, економічної і добровільної структури з погляду стійкого туризму;
- оцінка економічної, соціальної, культурної і екологічної діяльності національної організації;
- навчання, освіта і освіта громадськості; планування стійкого туризму;
- сприяння обміну інформацією, досвідом і технологіями; забезпечення участі всіх суспільних секторів в розвитку стійкого туризму;
- розробка нової туристичної продукції; співпраця з метою розвитку стійкого туризму.

Завданнями туристичних компаній є розробка і визначення напрямів діяльності з розвитку стійкого туризму. Пріоритетними сферами діяльності повинні стати збереження і відновлення навколишнього середовища: зведення відходів до мінімуму; залучення персоналу, клієнтів і громадськості до вирішення екологічних питань. Розгляд економічних, соціальних, культурних критеріїв і охорони навколишнього середовища повинен бути складовою

частиною всіх управлінських рішень, у тому числі при включенні нових елементів в існуючі програми.

В 2004 р. Всесвітня туристська організація сформулювала концепцію стійкого розвитку туризму (цитуюємо):

«норми і практику управління стійким розвитком туризму можна застосовувати до всіх видів туризму і до всіх типів напрямів, включаючи масовий туризм і різні ніші туристичні сегменти. Принципи стійкості стосуються охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу стійкість туризму. Таким чином, стійкий туризм повинен:

1) забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, які є ключовим елементом розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси і допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічну різноманітність;

2) поважати своєрідні соціально-культурні особливості приймаючих співтовариств, зберігаючи властиву їм створену і надбану культурну спадщину та традиційні звичаї, і здійснювати внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;

3) забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їх вигоду для всіх зацікавлених кіл, які їх неупереджено поширюють, включаючи постійну зайнятість і можливості доходів та соціальних послуг для приймаючих співтовариств, які поступають, і внесок у скорочення масштабів бідності.

Стійкий розвиток туризму потребує компетентної участі всіх зацікавлених кіл, що стосуються цієї справи, і в такій же мірі в рішучому політичному керівництві для того, щоб забезпечити широку участь і досягнення консенсусу. Досягнення стійкого туризму є безперервним процесом, що вимагає постійного моніторингу дії на оточуюче середовище, вводячи, якщо це необхідно, відповідні попереджувальні і/чи коригуючі заходи.

Стійкий туризм повинен також підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів, використовуючи багатопланові запити туристів, підвищуючи їх обізнаність (інформованість) про стійкість результатів і просуваючи практичну діяльність щодо стійкого туризму серед них».

Основна відмінність моделей масового (традиційного) і стійкого туризму (табл. 3.1.) полягає в тому, що частина отримуваних вигод у випадку стійкого розвитку туризму спрямована на відновлення ресурсної бази і вдосконалення технологій виробництва послуг.

*Таблиця 3.1.*

**Основні відмінності моделей масового (традиційного) і стійкого туризму**

Чинники порівняння	Стійкий туризм	Масовий (традиційний) туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристичних послуг узгоджуються з соціально-економічними, екологічними можливостями території, які і визначають характер туристичної діяльності	Туристська діяльність орієнтована на постійне збільшення туристичних потоків. Обсяги надання туристичних послуг обмежуються тільки місткістю матеріально-технічної бази
Поведінка туристів	Відвідувачі під час свого перебування слідуєть певній моделі поведінки відповідно до культури відвідуючої території. Поведінка відвідувачів не завдає збитку природним ресурсам, традиціям і звичаям місцевого населення	Відвідувачі приносять свій спосіб життя і поведінки на територію відпочинку
Ставлення до природи	Для відвідувачів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їх споживацька цінність	Домінує споживацьке відношення відвідувачів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їх корисності для людини
Відносини відвідувачів і місцевого населення	Доброзичливі, поважні відносини, метою яких є пізнання нової культури	Формальні відносини. Відвідувачі вважають себе господарями, яких повинні обслуговувати

В 2000 р. відомі туроператори спільно з ЮНЕП (програма ООН по захисту навколишнього середовища), Комісією ООН з освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) і Всесвітньою туристською організацією створили добровільне некомерційне партнерство «Ініціатива туроператорів для стійкого розвитку туризму» (ТОІ), відкрите для всіх нових членів. Учасники цього партнерства визначають стійкий розвиток як основу своєї підприємницької діяльності і спільно працюють для просування практики і методів, сумісних із стійким розвитком. Вони прагнуть запобігати забрудненню навколишнього середовища; зберігати рослини, тварин, екологічні системи, біологічну різноманітність; охороняти і зберігати ландшафт, культурну і природну спадщина, поважати цілісність місцевих культур і уникати негативного впливу на соціальні структури; співпрацювати з місцевим співтовариством і народами; використовувати місцеві продукти і уміння місцевих працівників. В 2002 р. ЮНВТО спільно з ЮНКТАД розробила програму «Стійкий туризм — застава викорінювання бідності» (ST-EP).

В даний час здійснюється цілий ряд міжнародних програм з упровадження стійкого туризму. Однією з них є Програма комплексного управління прибережними зонами (Integrated Coastal Zone Management), яка має статус кодексу і прийнята більшістю країн Європи, інтенсивно розвивається в Америці, актуальна для Росії. Мета цієї програми: облік специфічних соціально-природних умов морського побережжя при організації життєдіяльності і управлінні прибережними зонами. Європейська програма навчання комплексному управлінню прибережними зонами фінансується Європейським Союзом.

Уряд Республіки Білорусь ухвалив рішення (№ 573 від 30 травня 2005 р.) про створення на території країни 27 туристських зон, формуванні в них сприятливих умов для економічного розвитку і залучення вітчизняних і іноземних інвестицій в індустрію туризму при збереженні і раціональному використанні природного потенціалу і історико-культурної спадщини.

Міжнародний соціально-екологічний союз (МСЕС), який створений в Росії в 1998 р. і нараховує більше 10 тис. людина з 17 країн, в 2005 р. включив у програму своєї діяльності проект «Розвиток стійкого туризму в країнах — членах МСЕС». В липні 2006 р. МСЕС провів спеціальну сесію в Іркутську, присвячену розвитку стійкого туризму на Байкалі.

В 2005 р. проводився «Круглий стіл з питань туризму, екологічної освіти і управління природними територіями», що особливо охороняються, присвячений збереженню біоресурсів Камчатки.

В Калінінградській області прийнята Хартія з розвитку стійкого туризму. Вона передбачає здійснення 15 пілотних проектів, у тому числі відновлення старого поштового тракту на Курській косі, відродження народних традицій і ремесел на садибі Пінекер, організацію центрів розвитку сільського туризму в Гур'ївському і в Нестеровському районах на базі сільського господарства та ін.

В листопаді 2005 р. в Москві під егідою ЮНЕСКО відбулася міжнародна конференція «Інноваційна політика у сфері збереження культурної спадщини і розвитку культурно-пізнавального туризму». Учасники обговорили питання про роль держави у створенні ефективної системи взаємодії всіх зацікавлених сторін (державна, бізнес, суспільство), у збереженні об'єктів всесвітньої культурної спадщини і розвитку культурно-пізнавального туризму.

### ***3.4. Мета і принципи державної інноваційної політики***

Як свідчить світовий досвід, визначення національних пріоритетних напрямів розвитку науки і нових технологій складається з трьох взаємозалежних процесів: формування головної стратегічної мети держави, облік загальноновизнаних світових пріоритетів та відображення національних особливостей, специфіки країни. Урахування досвіду розвинених країн у той час, коли Україна перебуває на шляху пошуку підходів та інструментів, що змогли б забезпечити стійкий економічний розвиток, має надзвичайно велике значення.

Згідно з вимогами часу основою стратегічного курсу розвитку України, її визначальними пріоритетами мають стати розробка й реалізація державної

політики, спрямованої на структурну модернізацію господарського комплексу, якнайшвидший його перехід на інноваційний шлях розвитку і становлення України як високотехнологічної держави. У Посланні Президента України до Верховної Ради України «Європейський вибір» підкреслюється, що «стимулювання науково-технологічного розвитку, реалізація структурно-інноваційної стратегії повинна стати однією з визначальних цілей уряду, Верховної Ради, органів виконавчої і представницької влади на місцях», а також, що «держава може стати безпосереднім провідником інноваційного розвитку, замовником і організатором досліджень і розробок на найбільш сучасних напрямках науково-технічного прогресу». Отже, пріоритет інноваційного розвитку національної економіки й активна роль держави у процесі структурних перетворень визначено на найвищому державному рівні. Інноваційний розвиток наразі стає не лише «національною економічною ідеєю», а й тактикою державної економічної й гуманітарної політики.

Становлення нової господарської системи вносить корінні зміни у наше уявлення про пряму залежність між «обсягом виробництва» і реальним потенціалом економіки, передусім за рахунок підвищення ролі знань. Знання мають можливість примножувати результати господарської діяльності значно ефективніше, ніж будь-який інший виробничий фактор. На зміну традиційній діючій концепції конкурентоспроможності держави, орієнтованій на обсяги, питому вагу та темпи зростання ВВП, приходять поняття перспективної конкурентоспроможності, яка визначається рівнем використання нових технологій.

Мета державного регулювання на кожному історичному етапі розвитку економіки залежить від багатьох обставин, і в першу чергу від ступеня загального розвитку економіки. Класичний набір цілей державного регулювання економічно розвинених країн передбачає такі складові:

- економічне зростання,
- повну зайнятість;
- економічну ефективність;
- стабільний рівень цін;

- економічну свободу;
- справедливий розподіл доходів;
- економічну забезпеченість;
- збалансованість зовнішньоекономічних відносин.

Для України необхідно виділити пріоритетну економічну мету, яка б відповідала новостворюваному ринковому механізму господарювання й відображала національні інтереси.

Цю мету можна деталізувати відповідно до напрямів реалізації економічної політики держави. Так, наприклад, для розвитку виробництва слід використовувати інструменти структурного та інвестиційного регулювання, для оздоровлення фінансового стану економіки мають використовуватися інструменти фінансово-бюджетного та грошово-кредитного регулювання.

Розробка системи державного регулювання передбачає також визначення найважливіших соціальних, економічних та інших цілей і завдань на перспективу, в тому числі соціальних орієнтирів, основних пропорцій і структурних зрушень, а також найбільш ефективної соціально-економічної політики, яка сприяє їхній реалізації. При цьому визначення економічної мети має здійснюватись для країни в цілому, окремих її регіонів, сфер економіки, територіально-виробничих формувань, виходячи з нагальної необхідності задоволення потреб суспільства, наявних ресурсів і визначених пріоритетів розвитку.

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва й реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції.

Основними принципами державної інноваційної політики є:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;



- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для збереження, розвитку й використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захист вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

Важливим також є принцип забезпечення єдності *стратегічного й поточного* державного регулювання, оперативності останнього. *Стратегічне* державне регулювання має загальнодержавне значення. Його мета - збереження економічного й соціального стратегічного курсу держави, який закладається до програми реалізації реформ, національних, цільових, комплексних та інших програм. З метою додержання стратегічного курсу державою складається й контролюється перелік ресурсів, які мають стратегічно важливе значення. *Поточне* державне регулювання має на меті забезпечити реалізацію стратегічного курсу в умовах конкретної економічної й політичної ситуації, що зумовлює гнучкість системи державного впливу. Оперативне поточне державне регулювання спирається на податкову політику, емісійну, кредитну, бюджетну, соціальну та інші види економічної політики. У межах поточного регулювання Уряд України формує державний бюджет, визначає основні напрями податкової політики, а також характер зовнішньоекономічної політики (шляхом розробки митних тарифів, експортних квот) тощо. Усі ці складові частини

державного управління економікою мають бути взаємопов'язані й здійснюватися систематично, аби забезпечити реалізацію стратегічного курсу держави. Важливим принципом державного регулювання є дотримання вимог матеріально-фінансової збалансованості задля забезпечення ресурсного потенціалу суспільства, регулювання фінансових потоків (гроші, зобов'язання за кредитом, акції, цінні папери тощо).

Уряд має забезпечити умови, які гарантували б щорічне збільшення загального обсягу інвестицій (за рахунок усіх джерел фінансування) для забезпечення інноваційного розвитку. Не менше чверті коштів, отриманих від приватизації державного майна, необхідно спрямувати на інноваційний розвиток підприємств, що мають стратегічне значення для економіки та безпеки держави. Водночас треба застосувати додаткові стимули оновлення основних фондів через удосконалення амортизаційної політики, а також за рахунок прибутків підприємств.

Настав час вирішити питання щодо створення Українського банку реконструкції та розвитку, головним завданням якого має стати забезпечення фінансування бюджетних видатків тільки на кредитній основі та залучення додаткових фінансових ресурсів для кредитування інноваційних проєктів відповідно до пріоритетів розвитку економіки України.

Посиленої уваги вимагають проблеми ринку капіталів, його функціональної інфраструктури, запровадження ефективної системи страхування інновацій, розвитку спільного інвестування, зокрема недержавних пенсійних та страхових фондів, лізингу вітчизняних машин та обладнання для АПК, авіації та міського транспорту, телекомунікацій тощо.

У Концепції переходу України до ринкової економіки підкреслюється, що основною метою державного регулювання економіки є досягнення ефективного постійного й стабільного економічного, соціального, наукового та культурного розвитку країни. Державне регулювання забезпечується управлінською, плановою й контрольною діяльністю міністерств, державних комітетів та інспекцій України і включає втручання в діяльність підприємств та інших господарюючих суб'єктів.

В Україні реформування здійснюється за умов зруйнованих господарських зв'язків і пропорцій, втрати ефективності у використанні наявних виробничих ресурсів, прихованого безробіття, знецінення доходів громадян. Ці негативні явища призвели до гострої валютно-фінансової кризи, різкого падіння інноваційної активності, дефіциту обігових коштів. Без державної підтримки підприємствам тут аж ніяк не обійтись. Це не означає, що держава мусить підтримувати всі підприємства. Головним у цьому напрямі є інвестиційна підтримка підприємств на зворотній основі, з урахуванням економічних пріоритетів. Державна інноваційно-інвестиційна підтримка підприємств, особливо приватизованих, полягає у створенні таких умов власникам, щоб вони могли закріпити набуту власність у процесі ефективної господарської діяльності. Джерелами інноваційно-інвестиційної підтримки можуть бути кредитні ресурси, іноземні інвестиції, позабюджетні кошти, інноваційні фонди тощо. З іншого боку, державна підтримка підприємств має виступати як взаємозв'язок між державою та підприємством. Інноваційне інвестування позитивно відбивається на виробничо-господарській діяльності, дає змогу оновити виробничо-технічну базу, подолати кризові явища, суспільство ж отримає оновлене виробництво, збалансованість державного бюджету, нові робочі місця, підвищення матеріального становища населення, що матиме позитивні соціально-економічні наслідки.

### ***3.5. Засоби державного регулювання інноваційної діяльності***

**Правові засади функціонування економіки.** Однією з найважливіших економічних функцій держави в змішаній економіці є створення правової основи її функціонування. Насамперед це прийняття законів і правил, що регулюють економічну діяльність, а також контроль за їх виконанням. Створюючи законодавчу базу, держава встановлює юридичні принципи функціонування економіки, виконувати які зобов'язані всі суб'єкти економічної діяльності. До числа таких правил належать закони, законодавчі й нормативні акти, які захищають права власності, визначають форми підприємництва, умови функціонування підприємств, їхні взаємозв'язки між собою та державою.

Правове регулювання розвитку економіки України здійснюється шляхом прийняття Верховною Радою України законів і законодавчих актів, видання указів Президента, нормативних актів Уряду (постанов, розпоряджень), Національного банку України, а також розроблення механізму їхньої реалізації й контролю за їх виконанням. Закони, законодавчі і нормативні акти визначають об'єкт і зміст регулювання, відповідальність юридичних і фізичних осіб за їх невиконання. Закони здійснюють функцію довгострокового правового регулювання, а укази, нормативні акти, як правило, - короткострокового, або оперативного.

На основі законодавства має бути створено сприятливе правове середовище, яке забезпечує сукупність свобод і прав вітчизняних суб'єктів та їхніх іноземних партнерів у виборі видів господарської діяльності, її організаційних форм; у призначенні й використанні джерел фінансування; доступі до ресурсів; у забезпеченні прав володіння й розпорядження коштами виробництва. Розробка системи законів має бути спрямованою на функціонування ринкових само-регуляторів.

Слід відзначити, що в Україні для регулювання виробничих відносин уже створено законодавчу систему, яка включає Конституцію як основний закон і комплекс законодавчих і нормативних актів. Сучасне українське законодавство характеризується великою кількістю складових елементів - близько 600 законів і десятки тисяч нормативних актів. Разом із тим відсутність відповідних пріоритетів і логічної їх послідовності знижує регулюючий вплив законодавства й ускладнює його використання.

**Обсяги і джерела інвестування інновацій.** Відповідно до Господарського кодексу України основними засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання є:

- державне замовлення, державне завдання;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація та стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін і тарифів;

- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;

- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій. Державне замовлення є засобом державного регулювання економіки шляхом формування на договірній (контрактній) основі складу та обсягів продукції (робіт, послуг), необхідної для державних потреб, розміщення державних контрактів на поставку (закупівлю) цієї продукції (виконання робіт, надання послуг) серед суб'єктів господарювання, незалежно від їх форми власності.

Державний контракт - це договір, укладений державним замовником від імені держави з суб'єктом господарювання - виконавцем державного замовлення, в якому визначаються економічні та правові зобов'язання сторін і регулюються їх господарські відносини.

Поставки продукції для державних потреб забезпечуються за рахунок коштів Державного бюджету України та інших джерел фінансування, що залучаються для цього, в порядку, визначеному законом.

**Ліцензування, патентування та квотування у господарській діяльності.** Ліцензування, патентування певних видів господарської діяльності та квотування є засобами державного регулювання у сфері господарювання, спрямованими на забезпечення єдиної державної політики у цій сфері та захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів.

Правові засади ліцензування, патентування певних видів господарської діяльності та квотування визначаються виходячи з конституційного права кожного на здійснення підприємницької діяльності, не забороненої законом, а також принципів господарювання, встановлених у статті 6 Господарського Кодексу України.

У сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а рівно з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), обміном готівкових валютних цінностей (у тому числі операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг,

інших сферах, визначених законом, може здійснюватися патентування підприємницької діяльності суб'єктів господарювання.

У необхідних випадках держава застосовує квотування, встановлюючи граничний обсяг (квоти) виробництва чи обігу певних товарів і послуг. Порядок квотування виробництва та/або обігу (включаючи експорт та імпорт), а також розподілу квот встановлюється Кабінетом Міністрів України відповідно до закону.

Стандартизація та сертифікація у сфері господарювання. У сфері господарювання застосовуються:

- державні стандарти України;
- кодекси ustalenoї практики
- класифікатори;
- технічні умови;
- міжнародні, регіональні і національні стандарти інших країн (застосовуються в Україні відповідно до чинних міжнародних договорів України).

Застосування стандартів чи їх окремих положень є обов'язковим для:

- суб'єктів господарювання, якщо на стандарти є посилання в нормативно-правових актах;
- учасників угоди (контракту) щодо розроблення, виготовлення чи постачання продукції, якщо в ній (ньому) є посилання на певні стандарти;
- виробника чи постачальника продукції, якщо він склав декларацію про відповідність продукції певним стандартам чи застосував позначення цих стандартів у її маркуванні;
- виробника чи постачальника, якщо його продукцію сертифіковано щодо вимог стандартів.

У разі виготовлення продукції на експорт, якщо угодою (контрактом) визначено інші вимоги, ніж ті, що встановлено нормативно-правовими актами України, дозволяється застосування положень угоди (контракту), якщо вони не суперечать законодавству України у частині вимог до процесу виготовлення продукції, її зберігання та транспортування на території України.

З метою запобігання наданню послуг та реалізації продукції, небезпечних для життя, здоров'я та майна громадян і довкілля, сприяння споживачеві у виборі продукції, створення умов для участі суб'єктів господарювання в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі здійснюється сертифікація, тобто підтвердження відповідності якості продукції та послуг вимогам стандартів.

Види та порядок сертифікації продукції та послуг встановлюються законом.

**Норми і нормативи.** Норми і нормативи як один із важливих засобів державного регулювання використовуються як базовий елемент при розробці територіальних планів, а також при обґрунтуванні варіантів розвитку країни в цілому.

Система норм і нормативів включає в себе: соціально-економічні норми й нормативи; норми та нормативи розвитку матеріальної бази й соціальної інфраструктури; економіко-екологічні норми й нормативи.

Соціально-економічні норми охоплюють широке коло нормативів. Це й прожитковий мінімум, і мінімальна заробітна плата, і неоподатковуваний мінімум заробітної плати, і т. ін. Розробляти ці нормативи та механізми їхньої дії слід виходячи з цін мінімального споживчого кошика для працівника та членів його сім'ї, які перебувають на його утриманні, а також ціни робочої сили. Зазначені нормативи мають також враховувати особливості змін ціни робочої сили на регіональному ринку праці та регіональний рівень цін на споживчі товари.

Нормативи споживання товарів і послуг повинні містити мінімальні норми споживання у середньому на душу населення основних харчових продуктів, виробів легкої промисловості, а також мінімальні нормативи забезпечення населення та середні терміни використання предметів культурно-побутового й господарського призначення.

Важливим елементом системи соціально-економічних нормативів, яка формується на державному рівні, є нормативи забезпечення населення об'єктами соціальної інфраструктури.

Найважливішим напрямом забезпечення державного регулювання охорони навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів є економіко-екологічні норми й нормативи. Діюча система екологічних нормативів включає в себе: нормативи екологічної безпеки; гранично допустимі викиди та скиди у навколишнє природне середовище забруднюючих хімічних речовин; нормативи використання природних ресурсів; нормативи платежів і тарифів за використання природних ресурсів та забруднення навколишнього середовища.

**Цінове регулювання.** За умов виходу економіки України з кризового стану великого значення набуває такий засіб державного втручання, як цінове регулювання. Ціна, як відомо, - це грошовий вираз вартості товарів, послуг, ресурсів. У змішаній економіці ціна є найбільш поширеною економічною категорією. Вона виступає загальним регулятором процесу суспільного відтворення, вплив якого на діяльність господарюючих суб'єктів доповнюється іншими регуляторами, що їх застосовує держава (податками, процентними ставками, валютним курсом, дотаціями). Вартісна оцінка обсягів виробництва і підтримка економічного порядку впродовж коливань ринкової кон'юнктури здійснюються за допомогою системи ринкових цін.

Рух ринкових цін під впливом співвідношення попиту і пропозиції є основою, вихідним моментом дії ринкового механізму регулювання суспільного відтворення.

Значення ціни для процесу відтворення в змішаній економіці визначається її основними функціями: вимірально-інформаційною, розподільчою, стимулюючою, орієнтуючою, врівноважуючою.

Впливаючи на процес ціноутворення, держава може коригувати функціонування економіки в напрямі досягнення рівноваги цін на якомога ширше коло товарів та послуг, що є ознакою здорової економіки. Це потребує розробки конкретних заходів, які можуть забезпечити перехід до ціни рівноваги.

Класична економічна теорія розглядає вільне ринкове ціноутворення як головний елемент підтримки рівноваги між попитом і пропозицією. Проте



ідеальної, всезагальної й повної свободи ціноутворення ніколи не існувало. Проблема полягає у визначенні ступеня та форм обмеження вільного ціноутворення.

У перехідний до ринку період цінове регулювання має здійснюватися за кількома напрямками. Одним із істотних є державне регулювання цін лише за природними монополіями (енергетика, транспорт, житлово-комунальні послуги) та рядом штучних, які диктують цінові вимоги, використовуючи своє виняткове становище на ринку країни. Отже, йдеться про необхідність суттєвого обмеження сфери цінового регулювання з боку держави. У разі, коли порушень припускаються підприємства, які посідають монополієне становище на ринку, слід застосовувати норми антимонопольного законодавства, переводити ці підприємства на режим прямого встановлення цін.

Новою проблемою для України є забезпечення державного контролю за ціноутворенням у частині співвідношення внутрішніх і світових цін. Це пов'язано з об'єктивною необхідністю адаптації українського ринку до умов зовнішнього.

В окремих випадках можливе тимчасове державне втручання на окремих ринках товарів та послуг задля встановлення контролю за цінами й заробітною платою. Для запобігання неконтрольованому зростанню цін їх державне регулювання має здійснюватися переважно через економічні важелі, податкову, фінансово-бюджетну, кредитну, валютну й митну політику, а також із застосуванням механізму встановлення цін на продукцію підприємств-монополістів.

Важливим напрямом дій держави в галузі ціноутворення має бути подальше розширення сфери вільного ціноутворення, що потребує демонополізації економіки й створення реальних умов для розвитку конкуренції. Причому демонополізація має охопити не лише виробників, а й сферу обігу товарів, аби підірвати економічні умови для перепродажу товарів посередниками, а отже - запобігти зростанню цін і зміцнити економіку.

Не втрачає свого значення також спрямування зусиль держави на забезпечення фінансової стабілізації, недопущення інфляційних сплесків.

Політика цінового регулювання може здійснюватися шляхом встановлення відповідної системи ціноутворення. Розв'язуючи це питання, слід враховувати динаміку інфляції, рівень конкуренції та монополізації виробництва, соціальну політику.

Механізм державного регулювання ціноутворення в країні поки що перебуває у стадії становлення, і вирішення цього питання потребує значних зусиль.

**Податки та податкові пільги.** Основним важелем, найважливішим засобом державного впливу на соціально-економічний розвиток країни та на процеси інвестування є податки та податкові пільги. Саме податки, як засвідчує економічна історія, завжди використовувалися державою як найдієвіший засіб регулювання економічних процесів. Податки є складовою фіскальної політики держави: вирішення тих або інших економічних проблем через державний бюджет завдяки певній системі оподаткування та урядових видатків.

На інноваційну діяльність, яка визначає вихідний момент підприємництва, впливають усі податки й платежі, пов'язані з виробничо-господарською діяльністю в цілому.

Визначають такі функції податків: фіскальну, стимулюючу, регулюючу та контрольну.

Податкові надходження до бюджету забезпечують державу фінансовими ресурсами, необхідними для її діяльності. У цьому полягає фіскальна функція податків.

Стимулююча функція полягає в тому, що податкові заходи держави (у більшості випадків - податкові пільги) можуть стимулювати виробництво найбільш необхідних видів продукції, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підтримувати режим енерго- й матеріалозбереження у виробництві. Наданням додаткових податкових пільг для нових інвестицій держава може заохочувати оновлення основного капіталу.

Регулююча функція полягає в тому, що через податки та податкові пільги держава впливає на виробництво, розподіл, обмін і споживання. З одного боку, податки скорочують фінансові можливості підприємця як покупця засобів

виробництва й особливого товару - робочої сили. Оподаткування прибутку потенційно зменшує виробниче споживання. Податки на заробітну плату скорочують потенційні можливості особистого споживання та вирівнюють доходи. З іншого боку, застосовуючи гнучку й всеохоплюючу систему податків, держава може впливати на реалізацію суспільного продукту, темпи нагромадження капіталу і технічного оновлення виробничого апарату, а також регулювати темпи економічного зростання, формування пропорцій і структури суспільного виробництва. Частина валового внутрішнього продукту, що удержавлюється за допомогою податків, є фінансовою основою державного регулювання ринкових відносин.

Законом України «Про систему оподаткування» було визначено дію 23 загальнодержавних і 16 місцевих податків, зборів і обов'язкових платежів. Надмірна кількість і недостатнє обґрунтування платежів, відсутність оптимальних співвідношень між прямими й непрямими податками, нестабільність законодавства аж ніяк не сприяють підвищенню ефективності інвестицій. Недосконалість діючої податкової системи криється в переважанні її фіскальної функції за практично не діючих розподільчої й стимулюючої функцій. Це призводить до зменшення обсягів виробництва, зниження підприємницької активності й обсягу інвестицій. Тому на даному етапі необхідне реформування податкової системи в цілому, і в тому числі, оподаткування інноваційної діяльності. Це завдання буде вирішене з прийняттям Податкового кодексу України.

**Грошово-кредитні відносини.** Найважливішою сферою державного впливу є грошово-кредитні відносини, оскільки вони є стрижнем усієї економічної системи, незалежно від ступеня розвитку приватного сектора. Держава навіть за умов ринкової економіки надає великого значення контролю за формуванням і використанням національних кредитних ресурсів. Останні утворюються в процесі суспільного відтворення - формування розподілу й перерозподілу валового внутрішнього продукту. За своєю сутністю кредитні відносини є грошовим виразом, грошовою формою виробничих відносин, важливим наслідком функціонування економіки і, водночас, необхідним,

безумовним джерелом її розвитку. У процесі розбудови економіки України як незалежної держави та переходу її до ринкових відносин державне регулювання має забезпечити вирішення проблем, що виникли внаслідок інфляційних процесів. У числі цих проблем - нерозвиненість системи фінансового планування бодай на середньострокову перспективу, суперечливість механізмів ціноутворення, кредитування, оподаткування, що аж ніяк не стимулювали ефективне господарювання, невідлагодженість формування й використання кредитних ресурсів. Необхідно створити передумови для органічного поєднання фінансових відносин з іншими економічними відносинами, перетворити кредитний механізм на потужний і ефективний державний регулятор функціонування економіки.

Інструментами грошово-кредитної політики також є:

- 1) *резервна норма* (резервні вимоги) Національного банку України - частина банківських депозитів (внесків від населення та інших пасивів, що повинні утримуватися комерційним банком у формі готівки або у формі депозитів) – НБУ;
- 2) *ставка рефінансування НБУ* відсоток за позиками, наданими ним комерційним банкам;
- 3) *емісія* - додатковий випуск грошей, що не забезпечені товарами й послугами;
- 4) *чисті офіційні міжнародні резерви НБУ* - величина резерву в поточному періоді.

**Мито і митні податки.** Велике значення для відновлення економіки України на сучасному етапі має дотримання методами державного регулювання водночас відкритості економіки й її економічної безпеки. При вирішенні цієї проблеми державний механізм спирається на такі засоби регулювання, як мито й митні податки.

Мито - це податки, які встановлюються на імпорتنі, а в окремих випадках - і на експортні товари. Держава використовує мито для одночасного вирішення двох основних завдань: спираючись на фіскальне мито, держава запроваджує його, як правило, щодо тих товарів, які не виробляються підприємствами

України. Метою застосування такого мита є забезпечення державного бюджету податковими надходженнями. Функція захисту українських виробників від конкуренції інших держав виконується протекціоністським митом, яке зменшує перевагу іноземного виробника на українському ринку над вітчизняним виробником.

Захист національного ринку - головна мета митних тарифів. Разом із тим їхнє використання призводить до наслідків, на які необхідно зважати при виробленні й реалізації зовнішньоекономічної політики, а саме:

1) *виробничий ефект*. Зростає виробництво товару, який захищається митними тарифами, бо імпортні товари дорожчі й не можуть задовольнити існуючий попит. Урахування виробничого ефекту дуже важливе для формування економічної політики в невеликих країнах, масштаби внутрішнього ринку яких можуть забезпечити ефективну діяльність обмеженої кількості підприємств;

2) *споживчий ефект*. За інших рівних умов, споживання товару, який обкладається митом, знижується;

3) *бюджетний ефект*. Митні тарифи - джерело бюджетних надходжень. Особливо зростає значення митних тарифів для країн, які розвиваються. У промислово розвинених країнах це джерело поповнення бюджету не є суттєвим: обсяг бюджетних надходжень обернено пропорційний розмірові митного тарифу - чим більший розмір тарифу, тим менший обсяг імпорту, і, відповідно, менші бюджетні надходження;

4) *ефект розподілу прибутків*. Він полягає в тому, що національні виробники за відсутності конкуренції з боку іноземних фірм (через застосування митних тарифів) мають змогу підвищувати ціну на свій товар і отримувати більш високі прибутки у формі ренти. Захист національних виробників за допомогою митних тарифів спричиняє зростання вартості дефіцитних товарів і зниження ціни надлишкових факторів виробництва;

5) *конкурентний ефект*. Відіграє значну роль у невеликих країнах, внутрішній ринок яких може забезпечити ефективну діяльність лише обмеженої кількості національних виробництв. Проте відсутність конкуренції з

боку іноземних виробників може призвести до втрати національними виробниками стимулів до підвищення ефективності виробництва й зниження цін;

б) *вплив на платіжний баланс.* Застосування митних тарифів спричиняє скорочення споживання імпортованих товарів (через високі ціни на них), відповідно зменшуються витрати за кордоном на закупівлю імпортованих товарів. Такий процес, за інших рівних умов, сприяє поліпшенню платіжного балансу;

г) *вплив на умови торгівлі.* Застосування митних тарифів змушує іноземні фірми знижувати ціну товарів, які ввозяться до даної країни. А це, у свою чергу, передбачає зміни у співвідношенні експортних та імпортованих цін.

У більшості випадків митний тариф застосовується на національному рівні. Але в тих випадках, коли ряд країн об'єднуються у торговельно-економічну групу і створює митний союз, митний тариф стає спільним інструментом зовнішньоторговельного регулювання, єдиним для всіх країн - учасниць торговельних відносин з третіми країнами.

Ставки митних тарифів змінюються під впливом процесів, які відбуваються в економіці окремих країн і світового господарства в цілому.

До митних податків належать: митний збір, яким оподатковуються товари при перетинанні кордону ряду країн; різні збори, пов'язані з оформленням документів на митниці, митним оглядом товару, перевіркою його якості; портові, статистичні, фітосанітарні та інші мита.

Митне регулювання - це регулювання питань, пов'язаних зі встановленням мит і митних зборів, проведенням митного контролю організацією діяльності відповідних структур.

Механізм митного регулювання в Україні регламентується законами України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та «Про єдиний митний тариф». У Законі «Про зовнішньоекономічну діяльність» сформульовано такі принципи митного регулювання:

- єдиний митний тариф встановлює на всій території України обкладання митом предметів, що ввозяться на цю територію або вивозяться з неї, а також провозяться транзитом;

- ставки Єдиного митного тарифу мають бути єдиними для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, організації господарської діяльності та територіального місцезнаходження;

- митний контроль і мито на території спеціальних економічних зон регулюється Законом України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» та міжнародними угодами, що встановлюють правовий режим цих зон у кожному окремому випадку;

- до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (іноземних суб'єктів господарської діяльності), які проводять демпінг, а також до тих держав, які застосовують до України дискримінаційні дії, можуть застосовуватись митні заходи, що відповідають на дискримінаційні дії іноземних держав: введення антидемпінгового мита, згідно з Єдиним митним тарифом; введення компенсаційних мит, що дорівнюють різниці між нормальною ціною міжнародних товарних ринків і демпінговою ціною. Не обкладаються митом товари (роботи, послуги), які підпадають під режим ліцензування і квотування.

**Кредитування.** Перед нашою країною стоїть завдання розвитку ринкової інфраструктури у вигляді нових елементів господарського механізму, яка б забезпечувала кваліфіковане обслуговування вітчизняних й іноземних інвесторів. До їх переліку входять кредитні інституції, які є суб'єктами інноваційно-інвестиційної діяльності. Створення широкої мережі банківських установ - одна з обов'язкових умов активізації інновацій.

Банківські установи мають здійснювати кредитування проектів на основі їхньої ретельної оцінки та відбору й виконувати функції інформаційного обслуговування і консультації з питань ефективного інвестування. Важливим елементом тут є створення фондкових бірж, інвестиційних фондів й інвестиційних компаній, які мають забезпечити створення й функціонування фондового ринку. Великого значення для ефективного здійснення інноваційної діяльності набувають страхові компанії, які повинні надавати необхідний комплекс страхових послуг. Підвищується потреба в послугах консалтингових фірм.

**Комплексні програми.** Розробка й реалізація цільових комплексних програм - це також одна з форм державного регулювання, а в країнах з ринковою економікою вона є основою програмного управління. В основу розробки цільових комплексних програм закладаються такі принципи: цілеспрямованість, комплексність, системність, забезпеченість, пріоритетність, економічна безпека, погодженість, своєчасність. Цільові комплексні програми можна поділити на державні, регіональні, галузеві, об'єктні. Фінансове забезпечення програм здійснюється на підставі заяви до бюджету, у якій обґрунтовуються необхідні витрати.

В Україні реалізуються такі цільові комплексні програми: Програма розвитку України, як транзитної держави, Програма розвитку малого бізнесу, Державна програма ресурсозабезпечення, Програма боротьби з бідністю, Програма розвитку промислово-фінансових груп та транснаціональних комплексів, Програма комплексної реструктуризації промисловості, Державна Програма інформаційного забезпечення економіки та освіти. Ці програми є взаємопов'язаними між собою, тому реалізація однієї програми може зняти питання інших.

Приватизаційні програми (які в Україні практично не виконуються - реальний власник не з'явився і підприємства не одержали необхідних інвестицій) також можна віднести до прямих засобів регулювання інноваційної діяльності. За сучасних умов в Україні найефективнішою стала грошова форма приватизації. З точки зору залучення приватних інвесторів засобом прямого державного регулювання можна вважати участь держави у частковому фінансуванні інноваційних проектів. Як відзначається дослідниками, достатній рівень частки державних коштів у вартості інноваційних проектів становить 20%, а за реалізації довгострокових проектів - 40-50%.

Важелі державного регулювання інноваційної діяльності застосовуються не лише для підвищення інноваційної активності, а й для того, щоб залучати кошти для розбудови пріоритетних галузей економіки за рахунок розвитку паливно-енергетичного комплексу, соціальної сфери, впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, розширення асортименту та нарощування



обсягів виробництва товарів народного споживання і послуг населенню, випуску конкурентоспроможної продукції, зміцнення АПК, прискорення розвитку медичної та мікробіологічної промисловості, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи.

Проведення інноваційної політики необхідно координувати й контролювати державними органами.

Процеси приватизації в Україні не принесли очікуваних результатів, бо «паперова» форма їхнього проведення унеможливила накопичення необхідних коштів для структурної перебудови й модернізації виробничих процесів. Більшість підприємств зазнали відтоку інвестицій. Враховуючи довготривалість процесу формування ринкової інфраструктури, необхідність проведення структурної перебудови, відсутність необхідного обсягу фінансових ресурсів, бюджетна політика держави набуває важливого значення для накопичення та розподілу інвестиційно-фінансових ресурсів.

### ***3.6. Система державного регулювання інноваційної діяльності***

Характерною тенденцією світового економічного розвитку початку ХХІ ст. є загострення конкуренції різних типів промислової політики та розмаїття макроекономічних моделей. Конкуренція ж товарів та послуг відступає на другий план. Вже не ринок відкриває шлях до процвітання, а ступінь наукового й інформаційного забезпечення виробництва, рівень його організаційних форм, якість підготовки кадрів, їхня зацікавленість у кінцевих результатах праці.

Для досягнення стійкого економічного зростання держава має забезпечити збалансованість конкурентної та промислової політики.

Інноваційна політика є частиною економічної й спрямована на забезпечення ефективності інноваційної діяльності. Стратегія й механізми реалізації державної інноваційної політики, як правило, визначаються її законодавчими та урядовими структурами. Орієнтація на суто ринкові механізми розвитку та подолання кризових явищ в національних економіках, як свідчить світовий досвід (США часів великої депресії, Німеччина та Японія в повоєнні роки), безперспективна.

На Заході державне втручання в інноваційну сферу стало нормою, і його методи постійно вдосконалюються. Основною метою такого втручання є забезпечення сталого економічного розвитку, підтримка низького рівня інфляції, високої інноваційної активності й зайнятості.

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

- визначення й підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального та місцевого рівнів;
- формування й реалізації державних, галузевих, регіональних та місцевих програм;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки й стимулювання інноваційної діяльності;
- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури.

Законом встановлено повноваження Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування у сфері інноваційної діяльності:

1. Верховна Рада України визначає єдину державну політику у сфері інноваційної діяльності, а саме:

- створює законодавчу базу для сфери інноваційної діяльності;
- затверджує пріоритетні напрями інноваційної діяльності як окрему загальнодержавну програму або у складі Програми діяльності Кабінету Міністрів України, загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального розвитку, охорони довкілля;
- в межах Державного бюджету України визначає обсяг асигнувань для фінансової підтримки інноваційної діяльності.

2. Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні й районні ради відповідно до їхньої компетенції:

- затверджують регіональні інноваційні програми, що кредитуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;
- визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансової підтримки регіональних інноваційних програм і доручають Раді міністрів Автономної Республіки Крим, делегують повноваження обласним і районним державним адміністраціям фінансування регіональних інноваційних програм через державні інноваційні фінансово-кредитні установи (їхні регіональні відділення) у межах виділених у цих бюджетах коштів;
- контролюють фінансування регіональних інноваційних програм за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

3. Представницькі органи місцевого самоврядування - сільські, селищні, міські ради відповідно до їхньої компетенції:

- затверджують місцеві інноваційні програми;
- у межах коштів бюджету розвитку визначають кошти місцевих бюджетів для фінансової підтримки місцевих інноваційних програм;
- створюють комунальні інноваційні фінансово-кредитні установи для фінансової підтримки місцевих інноваційних програм за кошти місцевих бюджетів, затверджують їхні статuti чи положення про них, підпорядковують їх своїм виконавчим органам;
- доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих інноваційних програм за рахунок коштів місцевого бюджету через державні інноваційні фінансово-кредитні установи (їх регіональні відділення) або через комунальні інноваційні фінансово-кредитні установи;
- затверджують порядок формування і використання коштів комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ;
- контролюють фінансування місцевих інноваційних програм за кошти місцевого бюджету через державні інноваційні фінансово-кредитні установи (їхні регіональні відділення);
- контролюють діяльність комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ.

Згідно із згаданим законом Кабінет Міністрів України:

- здійснює державне управління й забезпечує реалізацію державної політики у сфері інноваційної діяльності;

- готує та подає Верховній Раді України пропозиції щодо пріоритетних напрямів інноваційної діяльності як окрему загальнодержавну програму або в рамках Програми діяльності Кабінету Міністрів України, загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального, національно-культурного розвитку, охорони довкілля;

- здійснює заходи щодо реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;

- сприяє створенню ефективної інфраструктури у сфері інноваційної діяльності;

- створює спеціалізовані державні інноваційні фінансово-кредитні установи для фінансової підтримки інноваційних програм і проектів, затверджує їхні статuti чи положення про них, підпорядковує ці установи спеціально уповноваженому центральному органу виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності;

- готує та подає Верховній Раді України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки виконання інноваційних проектів через спеціалізовані державні інноваційні фінансово-кредитні установи;

- затверджує положення про порядок державної реєстрації інноваційних проектів і ведення Державного реєстру інноваційних проектів;

- інформує Верховну Раду України про виконання інноваційних проектів, які кредитувалися за кошти Державного бюджету України, і про повернення до бюджету наданих раніше кредитів. Закон також встановлює повноваження спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності та інших центральних органів виконавчої влади.

Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади – сфері інноваційної діяльності:

- здійснює заходи щодо проведення єдиної науково-технічної та інноваційної політики;
- готує й подає Кабінету Міністрів України пропозиції щодо пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, державних інноваційних програм та щодо необхідних обсягів бюджетних коштів для їхнього кредитування;
- координує роботу у сфері інноваційної діяльності інших центральних органів виконавчої влади;
- визначає свій окремий підрозділ для кваліфікування інноваційних проектів з метою їх державної реєстрації;
- здійснює державну реєстрацію інноваційних проектів і веде Державний реєстр інноваційних проектів;
- готує й подає Кабінету Міністрів України пропозиції щодо створення спеціалізованих державних інноваційних фінансово-кредитних установ для фінансової підтримки інноваційних програм і проектів, розробляє статuti чи положення про ці установи;
- затверджує порядок формування і використання коштів підпорядкованих йому спеціалізованих державних інноваційних фінансово-кредитних установ та контролює їхню діяльність;
- доручає державним інноваційним фінансово-кредитним установам здійснення конкурсного відбору пріоритетних інноваційних проектів і здійснення фінансової підтримки цих проектів у межах коштів, передбачених законом про Державний бюджет України на відповідний рік;
- організовує підвищення кваліфікації спеціалістів у сфері інноваційної діяльності.

Центральні органи виконавчої влади:

- здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації інноваційної політики у відповідній галузі економіки, створюють організацій-но-економічні механізми підтримки її реалізації;
- доручають державним інноваційним фінансово-кредитним установам здійснення конкурсного відбору пріоритетних галузевих напрямів інноваційної

діяльності та здійснення фінансової підтримки цих проектів у межах коштів, передбачених законом про Державний бюджет України на відповідний рік.

У законодавчому порядку визначено повноваження Ради міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого самоврядування у сфері інноваційної діяльності.

Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації (у межах делегованих їм органами місцевого самоврядування повноважень) відповідно до їхньої компетенції:

- розробляють проекти регіональних інноваційних програм і подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

- вживають заходів щодо виконання регіональних інноваційних програм;

- сприяють інноваційній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної інфраструктури у цій сфері;

- залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, за їхньої згоди, до розв'язання проблем інноваційного розвитку регіонів;

- доручають державним інноваційним фінансово-кредитним установам (їх регіональним відділенням) проведення конкурсного відбору інноваційних проектів регіональних інноваційних програм і здійснення їхньої фінансової підтримки у межах коштів, передбачених у бюджеті Автономної Республіки Крим і обласних та районних бюджетах;

- подають пропозиції спеціально уповноваженому центральному органу виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності стосовно включення інноваційних проектів за регіональними програмами до державних програм і їх фінансування шляхом кредитування із державного бюджету.

Виконавчі органи місцевого самоврядування відповідно до їхньої компетенції:

- розробляють проекти місцевих інноваційних програм і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

- вживають заходів щодо виконання місцевих інноваційних програм;

- залучають підприємства, установи й організації, розташовані на підпорядкованій їм території, за їхньої згоди, до розв'язання проблем інноваційного розвитку населених пунктів;

- доручають державним інноваційним фінансово-кредитним установам (їхнім регіональним відділенням) або комунальним інноваційним фінансово-кредитним установам проведення конкурсного відбору інноваційних проектів місцевих інноваційних програм і здійснення фінансової підтримки цих проектів у межах коштів, передбачених у відповідному місцевому бюджеті;

- готують і подають відповідним місцевим радам пропозиції щодо створення комунальних спеціалізованих інноваційних фінансово-кредитних установ для фінансової підтримки місцевих інноваційних програм;

- подають пропозиції спеціально уповноваженому центральному органу виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності стосовно включення інноваційних проектів за місцевими програмами до державних програм та їх фінансування шляхом кредитування із державного бюджету через державні інноваційні фінансово-кредитні установи.

Законом передбачено державний контроль у сфері інноваційної діяльності, який здійснюється для забезпечення дотримання всіма суб'єктами інноваційної діяльності вимог законодавства щодо згаданої діяльності.

Державний контроль здійснюють:

а) спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності;

б) Верховна Рада Автономної Республіки Крим, органи місцевого самоврядування у межах їхніх повноважень;

в) щодо визначених статтями розділу V згаданого Закону особливостей оподаткування - Державною податковою адміністрацією України.

Закон передбачає порядок, умови і види фінансової підтримки інноваційної діяльності.

Суб'єктам інноваційної діяльності для виконання ними інноваційних проектів може бути надана фінансова підтримка шляхом:

а) повного безвідсоткового кредитування (на умовах інфляційної індексації) пріоритетних інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів бюджету Автономної Республіки Крим та місцевих бюджетів;

б) часткового (до 50%) безвідсоткового кредитування (на умовах інфляційної індексації) інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів бюджету Автономної Республіки Крим та коштів місцевих бюджетів за умови залучення до фінансування проекту решти необхідних коштів виконавця проекту і (або) інших суб'єктів інноваційної діяльності;

в) повної чи часткової компенсації (за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів бюджету Автономної Республіки Крим та коштів місцевих бюджетів) відсотків, сплачуваних суб'єктами інноваційної діяльності комерційним банкам та іншим фінансово-кредитним установам за кредитування інноваційних проектів;

г) надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів;

д) майнового страхування реалізації інноваційних проектів у страхових компаніях відповідно до Закону України «Про страхування».

Фінансова підтримка інноваційної діяльності за рахунок Державного бюджету України, бюджету Автономної Республіки Крим, місцевих бюджетів надається у межах коштів, передбачених відповідними бюджетами.

Аналіз світової практики показує, що пряма підтримка державою рівня та інтенсивності інноваційних процесів в економіці розглядається як вирішальна умова її структурної перебудови. Саме завдяки їй можна досягти стабільних темпів економічного зростання й підтримувати їх. Наочно це видно на прикладі країн Південно-Східної Азії, особливо тих із них, які сьогодні займають провідні позиції у світовій економіці. В цілому для окремих країн регіону характерні різні підходи до розробки політики в галузі прямого кредитування національної економіки. Пряма кредитна підтримка галузей і сфер економіки, структурна перебудова яких розглядалася як національний пріоритет, на



перших стадіях реформування економіки була характерною для багатьох країн цього регіону. Економіка деяких з них розвивалася швидкими темпами (Республіка Корея, Сінгапур, Малайзія, Таїланд), прогрес інших був дещо скромнішим (Філіппіни, Індія, Пакистан). Японія і Корея на перших стадіях свого розвитку, Китай - останніми роками, - активно використовували програми прямої кредитної підтримки окремих галузей і сфер економіки. Завдяки цьому згадані держави досягли найбільш високих темпів економічного зростання. Для порівняння слід відзначити, що на Філіппінах, де фінансова система суттєво лібералізована й сфера прямої державної підтримки фінансовими ресурсами вкрай обмежена, процес розвитку економіки проходить не так успішно.

Для сучасного інноваційного комплексу промислово розвинених країн Заходу характерна поява нових інституціональних структур, які дають змогу акумулювати вільні грошові кошти населення і юридичних осіб і спрямовувати їх на реалізацію інноваційних проектів відповідно до державних пріоритетів і програм, а також виходячи з інтересів приватного і змішаного секторів економіки. До таких структур належать інвестиційні та пенсійні фонди, страхові компанії та інші фінансово-кредитні установи.

Одним із важливих джерел формування вітчизняного інноваційного потенціалу є амортизаційні відрахування. За сучасних умов господарювання особливо важливого значення набуває здійснення державою науково та економічно обґрунтованої відповідної амортизаційної політики. Основою такої політики є централізовано встановлювані норми амортизаційних відрахувань на реновацію основних фондів і методи амортизації. З урахуванням державної політики та в її межах формується амортизаційна політика тієї чи іншої виробничої фірми. Зрозуміло, що в амортизаційних нормах слід враховувати сучасні вимоги науково-технічного прогресу і відтворювальних процесів в умовах ринкової системи господарювання.

Суттєву роль у виникненні теперішньої ситуації в Україні, пов'язаної з відтворювальними процесами, відіграла недосконала фінансова, у т. ч. податкова політика. Діюча податкова система суперечлива, їй властивий ряд

принципових недоліків; значного коригування потребує урядова податкова політика.

Важливим є введення системи пільгового оподаткування залежно від обсягу та терміну дії іноземних інвестицій, оскільки діюча система враховує це недостатньо. Окремими фахівцями пропонується розробка і впровадження системи стимулювання іноземних інвестицій у промислову сферу, залежно від пріоритетності об'єктів інвестування інновацій, обсягу інвестицій та терміну їхньої дії.

Для активізації інноваційної діяльності Україні передусім слід задіяти широкий спектр економічних регуляторів - податкових, кредитно-фінансових тощо. Мається на увазі система податків, їхні ставки та пільги; порядок та норми амортизаційних відрахувань; система фінансування, кредитування й ціноутворення; фінансові дотації, субсидії, бюджетні позики; антимонопольні заходи; система експертизи, контролю інвестицій; приватизація державної власності та незавершеного будівництва.

Зменшити податковий тиск можна за рахунок зміни структури податків, тобто необхідне загальне зниження рівня оподаткування при зростанні долі рентних податків (податків на нерухомість, використання надр) та зменшенні долі трансакційних податків; спрощення податкової системи. До Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» доцільно додати положення щодо звільнення від оподаткування прибутку, який спрямовується на будівництво, реконструкцію й технічне переозброєння підприємств з виробництва товарів народного споживання, надання послуг населенню, заготівлі й переробки продукції сільського господарства.

Оскільки у найближчі роки обсяг капітальних вкладень з Державного бюджету становитиме мізерну частку від загального їх обсягу (2,6-3,4%), важливе значення має пошук нових нетрадиційних джерел їх фінансування. Зокрема це стосується розробки схем залучення коштів населення для фінансування пріоритетних економічних проектів. Після відомої кризи у сфері довірчого управління ресурсами в населення виникло певне упередження щодо надійності недержавних фінансових структур. Тому держава мусить

гарантувати населенню безпеку вкладів з урахуванням рівня інфляції та отримання дивідендів. Необхідно прискорити роботу з розробки нормативно-законодавчого забезпечення діяльності позикових, пайових та інших видів інвестиційних фондів, визначити перспективи їхнього розвитку. Нові види інвестиційних фондів підтримають надійність конкретних фінансових інституцій і стимулюватимуть довіру потенційних інвесторів до фінансової системи загалом, а це надасть державі можливість відновити важливе джерело поповнення Держбюджету - заощадження населення.

Слід терміново змінити підхід до амортизаційної політики, зокрема ширше впроваджувати практику прискореної амортизації основних фондів, їх окремих груп і елементів, з одночасним запровадженням індексації амортизаційних відрахувань у розмірах, що відповідають рівню інфляції. За цих умов вважаємо за доцільне внести до Закону України «Про амортизацію» як доповнення положення про групи основних фондів, що підлягають амортизації. Норми амортизації великих і складних об'єктів слід встановлювати, зважаючи на ресурс, що визначається проєктувальниками-виготовлювачами, з поправками на інтенсивність умов експлуатації, а також на вимоги до якості продукції, що випускається.

Потребує швидкого розвитку ринок облігацій внутрішньої державної позики. Головним питанням при цьому є запровадження ефективного механізму його регулювання. Передусім потрібні законодавчі обмеження на прибутковість відповідних запозичень, їхній рівень не повинен перевищувати середньовідсоткову ставку за кредитами комерційних банків, що надаються суб'єктам господарювання. Така форма практикується у багатьох країнах і сприяє переорієнтації фінансових ресурсів у сферу виробництва.

Необхідно розробити й запровадити механізм посилення зацікавленості комерційних банків у збільшенні обсягів інвестування інновацій, насамперед шляхом довгострокового їх кредитування. Обставини, які склалися у сфері довгострокових кредитів, вимагають нестандартних рішень. Мається на увазі переорієнтація кредитних ресурсів, які щороку формуються у банківській системі. Ці кредитні ресурси потрібно спрямовувати переважно на

довгострокове кредитування перспективного конкурентоспроможного виробництва, що зменшить інфляційний ефект від приросту відповідних ресурсів. З цього джерела фінансування можна сформувати статутний фонд і кредитні ресурси Українського банку реконструкції та розвитку, який буде створено за рішенням Уряду України і який займатиметься інвестиційною діяльністю, стане гарантом для іноземних кредитів і довгострокових кредитів вітчизняних комерційних банків під особливо важливі проекти.

З метою підвищення ролі фондового ринку в розвитку й акумуляції інвестиційних ресурсів необхідно продовжити формування цілісного механізму функціонування ринку цінних паперів, який забезпечує захист прав інвесторів, сприяє вкладенню коштів у цінні папери підприємств.

Запровадження механізму посилення зацікавленості комерційних банків у збільшенні обсягу інвестицій, передусім шляхом довгострокового їх кредитування у реальний сектор економіки та передбачення гнучкого порядку встановлення резервних вимог Національного Банку України щодо коштів, які спрямовуються комерційними банками на довгострокове кредитування, стане вагомою підмогою стабілізації економічного розвитку.

До змінних механізмів державного регулювання можна віднести заходи регулювання, які слід застосовувати у кожній конкретній економічній ситуації. Постійні ж механізми функціонують у незмінному вигляді, незалежно від економічної ситуації. За методами впливу держави кожен із заходів поділяється на прямий та непрямий. За сферою впливу - на обмежений та загальнодержавний.

Змінними засобами прямого впливу з обмеженою сферою дії та отриманим результатом: бюджетне фінансування на незворотній основі; бюджетне кредитування; державні гарантії, які стосуються реалізації інноваційних проектів; державний контракт на розробку й виконання інноваційних проектів, управління процесами приватизації з метою пошуку ефективного інвестора, часткове фінансування державою інноваційних проектів у пріоритетних галузях економіки; реалізація державою комерційних

високоприбуткових за своїми масштабами інноваційних проєктів (ця група засобів є незначною за чисельністю).

Зважаючи на реальні економічні умови, необхідно більш виважено проаналізувати, обґрунтувати окремі основні напрями державного регулювання інноваційної діяльності. У довгостроковій перспективі ці напрями є правильними, але сучасні економічні умови не дають можливості повною мірою використати їхній потенціал. Інноваційний процес зазнав децентралізації. Основні макроекономічні показники за роки незалежності свідчать про те, що перехід на рейки ринкової економіки не може відбутися відразу, це потребує детально розробленої державної програми, значних фінансових ресурсів, які може зібрати та використати лише держава. При цьому слід враховувати, що керівництво більшості підприємств не має необхідної для ринку кваліфікації, управління. Економіка України ніколи не функціонувала у ринкових умовах, а тому урядовцям не слід було покладатися на саморегулюючу здатність ринку. Швидка переорієнтація на новий тип економічних відносин може відбуватися лише за активної державної політики, і передусім в інноваційній діяльності. Через це в інноваційній діяльності слід застосовувати як прямі, так і непрямі засоби державного регулювання.

Усі форми втручання держави в економіку утворюють цілісну систему. Кожна модель державного регулювання є певним сполученням елементів, які реалізуються у вигляді комплексу заходів економічної політики та відповідних державних установ, що розробляють і реалізують ці заходи.

При розгляді державної інноваційної політики не слід забувати й про ризики. До найбільш поширених видів інноваційних ризиків належать: ризики, пов'язані з нестабільністю економічного законодавства та поточної економічної ситуації: ризик умов інвестування та використання прибутку; зовнішньоекономічний ризик; ризик несприятливих соціально-економічних змін у державі; неповна або неточна інформація про динаміку техніко-економічних показників, параметри нової техніки та технології; коливання ринкової кон'юнктури, цін, валютних курсів; виробничо-технологічний ризик; невизначеність цілей, інтересів та поведінки учасників; неповна або неточна

інформація про фінансовий стан та ділову репутацію підприємств-учасників. У нашій країні найбільш актуальним є страхування зовнішніх (тобто не пов'язаних безпосередньо

з проектом) ризиків, серед яких особливо виділяють ризики, пов'язані безпосередньо з нестабільністю економічного законодавства та соціально-економічного становища. Законодавче закріплення обов'язковості страхування інвестицій для інновацій підвищить інноваційну активність у державі.

### ***3.7. Регулювання інноваційної діяльності в технологічно-розвинених країнах світу***

Державна інноваційна політика спрямована в майбутнє, їй необхідні гнучкість, динамізм в єдиній системі наукової, технологічної, інфраструктурної, регіональної і освітньої політики.

В кожній країні регулювання інноваційної діяльності здійснюється по-своєму, з урахуванням можливостей розвитку економіки, природних і інтелектуальних ресурсів.

За характером проведення інноваційної політики держави можна підрозділити на наступні категорії:

- країни, орієнтовані на розповсюдження нововведень, в яких основна увага надається освіті, стандартизації продукції і сумісним програмам держави і приватного сектора;

- країни, які прагнуть за допомогою великомасштабних програм досягти світового лідерства в певних областях;

- країни, що здійснюють на основі державної інноваційної стратегії і розвиненої інфраструктури безперервну структурно-технологічну модернізацію.

Далі наводяться приклади державного регулювання інноваційних процесів в деяких країнах.

**Сполучені Штати Америки.** Тут активне втручання держави в наукову діяльність стало здійснюватися під час Другої світової війни. В післявоєнні роки федеральний уряд різко збільшив фінансування галузевих і

університетських досліджень, постійно розширювало ринок наукової праці, створюючи фактично новий науковий потенціал.

США міцно зайняли перше місце в світі за обсягом, швидкістю розробки і освоєння нових технологій. Це обумовлено створенням державних програм, змінами структури організації інноваційного процесу, а також вживанням венчурних (ризикових) інвестицій.

В 1950-ті рр. в США вперше з'явилися наукові парки, а потім стали створюватися технополіси і цілі регіони науки, такі як долина Силікону. А венчурний механізм зіграв важливу роль в реалізації багатьох найбільших інновацій у сфері автоматизації промислового виробництва, обчислювальної техніки, мікроелектроніки і ін.

Втручання держави в наукову діяльність вплинуло на зміну умов функціонування науки в підприємницькому секторі. Багато галузей (електроніка, машинобудування, авіаційна промисловість, ракетобудування та ін.), отримавши державні замовлення, стали створювати і розвивати наукові підрозділи, що призводило до значних змін ринкової стратегії. Корпорації, що мали державні замовлення на виконання наукових досліджень, випереджали інших за темпами економічного зростання і ефективності виробництва, відрізнялися стійкістю фінансових показників.

Характерною особливістю інноваційної політики США був розвиток малого інноваційного бізнесу. Невеликі фірми спеціально створювалися для реалізації ідей конкретного вченого або винахідника; використання побічних наукових продуктів; обслуговування творчого процесу; промислового освоєння інновацій і їх виходу на ринок.

Держава надала малому інноваційному бізнесу правову, організаційну і фінансову підтримку. Закон Бей-Доуела, прийнятий в 1980 р., встановив порядок і можливості отримання прав на результати науково-технічної діяльності, отримані за рахунок засобів федерального бюджету недержавними інвесторами, що вкладають свої засоби в комерціалізацію цих результатів. До ухвалення цього закону американський уряд фінансував 60 % академічних досліджень і володів 28 тис. патентів, але лише 4 % з них були запущені у

виробництво. Після ухвалення закону кількість патентів, які стали використовуватися, збільшилася в 10 разів. Закон сприяв також тому, що в короткі терміни на базі університетів було створене більше 2 тис. компаній по комерціалізації технологій, а американський бюджет став щорічно отримувати 40 — 50 млрд. дол. США за рахунок обороту інтелектуальної власності.

Прийнятий в 1982 р. закон про розвиток малого інноваційного бізнесу встановив норми і процедури взаєностосунків між державою і приватним сектором, затвердив програму Small Business Innovation Research (SBIR).

Згідно цієї програми, держава підтримує невеликі інноваційні компанії, надає їм податкові пільги і можливість отримати стартовий капітал або грант під нову ідею, на розвиток певних наукових напрямів, секторів економіки або ринку. Така форма організації інноваційного підприємництва породила систему «інкубаторів», інноваційних центрів, венчурних фондів, тобто була сформована державна інноваційна структура.

Держава сприяє формуванню ринку інновацій (інформація в ЗМІ, виставки, біржі, ярмарки і ін.), практикується безкоштовна видача ліцензій на комерційне використання винаходів, запатентованих в ході бюджетних досліджень і є власністю федерального уряду.

В державних програмах передбачається пайова участь держави в інститутах, які здійснюють прямі інвестиції в інноваційні компанії.

Одержувачами бюджетних засобів можуть бути не тільки державні лабораторії або університети, але і компанії приватного бізнесу.

За тридцять років (1970—2000 рр.) структура бюджетного фінансування наукових досліджень в США зазнала значні зміни. Федеральний науковий бюджет зріс більш ніж в 4,5 рази і до 2000 р. досяг 68,8 млрд. дол. США. При цьому спостерігається тенденція скорочення частки засобів, що виділяються з федерального бюджету приватним компаніям (з 48,3 до 32,1 %), і зростання частки університетів і інших неприбуткових організацій (з 23,6 до 40,1 %) при стабільному фінансуванні лабораторій федерального уряду.

В 2003 р. державне бюджетне фінансування наукових досліджень і розробок складало 111,76 млрд. дол. США. Найвище зростання асигнувань



передбачалося на освіту (16 %), охорону здоров'я і соціальне забезпечення (16 %) і оборону (11 %), було виділено чотири пріоритетні міждисциплінарні напрями: антитерористичні дослідження і розробки; мережні і інформаційні технології; нанотехнології; вивчення кліматичних змін.

Передові позиції США у сфері розвитку інновацій забезпечуються високим рівнем фінансування НІОКР. Сукупні витрати державного і приватного секторів США в цій області перевершують аналогічні витрати Великобританії, Німеччини, Франції, Японії, Італії і Канади, разом узятих.

**Японія.** Державна стратегія технічного переозброєння промисловості і впровадження нововведень післявоєнної Японії полягала у використанні наукових розробок і передових технологій зарубіжних країн. До кінця 1960-х рр. Японія імпортувала до двох тисяч новин в рік, які майже на 60 % забезпечували приріст валового національного продукту країни. Потім державна політика змінилася — був здійснений перехід від прямого запозичення до удосконалення зарубіжних зразків, що дозволило на основі власних розробок зайнятися розвитком високотехнологічних і наукоємних галузей.

Успіхи Японії в розвитку інноваційних процесів пояснюються тісною співпрацею державних відомств і приватних корпоративних структур на основі консенсусу сторін, що беруть участь.

Методи державного регулювання науково-технічного розвитку в Японії принципово не відрізняються від вживаних в інших розвинених країнах, проте є характерні особливості, властиві тільки цій країні:

- цільовий розподіл фінансових ресурсів, що надаються приватними банками, і зосередження їх в пріоритетних галузях;
- сприяння підприємствам в придбанні передової іноземної технології;
- контроль за науково-технічним обміном із зарубіжними країнами.

Найважливіші напрями державної науково-технічної політики Японії починаючи з 1995 р. формулюються в «Основних планах розвитку науки і технологій», які приймаються кожні п'ять років.

Пріоритетними напрямками «Другого основного плану» (затверджений в березні 2001 р.) є чотири: науки про життя, інформатика, нанотехнологія і виробництво нових матеріалів. Державну підтримку одержують і деякі недавно виниклі перспективні напрями: біоінформатика, системна біологія і нанобіологія.

В 2001 р. для посилення функцій державного регулювання в науково-технічній сфері вся система державного апарату була піддана корінній реорганізації. Нова державна адміністрація Японії в галузі науки і техніки сформована як компактна структура, одну частину якої складає управління кабінету міністрів, що відповідає за розробку національної науково-технічної політики і загальну координацію найважливіших програм і проектів, а другу — сім міністерств і відомств, в межах яких реалізуються намічені технологічні цілі.

**Європейський Союз (ЄС).** Підтримка стратегічних галузей промисловості в країнах Західної Європи здійснюється як на державному, так і на міждержавному рівні.

Країни Західної Європи, щоб протистояти конкуренції, що загострилася, з боку фірм із США, Японії і інших економічно розвинених країн, об'єднують свої зусилля для підвищення науково-технічного і технологічного рівня національних компаній. Дослідницькі фундації виділяються за принципом якості проектів незалежно від ступеня участі країни в проекті або національних квот.

Інформація і результати досліджень доступні всім учасникам проекту незалежно від їх фінансового внеску, кожному учаснику надається безкоштовна ліцензія.

Основним принципом дії ЄС є принцип субсидарності (доповнення), тобто ЄС вживає заходів тільки тоді, коли країни-члени не можуть досягти якихось цілей самостійно або коли ці цілі у зв'язку з їх важливістю і масштабністю можуть бути вирішені тільки спільно.

Питання стимулювання інноваційної діяльності все більшою мірою виходять за національні рамки. Так, наприклад, одним з пріоритетів Шостої

межової програми (2002 — 2006), бюджет якої складає 17,5 млрд. євро, є дослідження генетичної природи живих організмів і використання отриманих результатів для покращення якості і продовження життя людини.

В квітні 2005 р. був опублікований проект Сьомої рамкової програми з наукових досліджень, технологічних розробок і демонстраційної діяльності. На відміну від попередніх ця програма розрахована на сім років (2007 — 2013), передбачуваний бюджет — 73 млрд. євро. Програма містить чотири спеціалізовані підпрограми, відповідні основним цілям європейської наукової політики: «Співпраця», «Ідеї», «Людський потенціал», «Науково-дослідний потенціал».

Перша з підпрограм включає спільні дослідження по напрямках: охорона здоров'я, продукти харчування, сільське господарство, інформаційні, комунікаційні і біотехнології; навколишнє середовище і кліматичні зміни; соціально-економічні і гуманітарні науки; транспорт, у тому числі аеронавтика; безпека і космос.

Міжнародна співпраця допускає відвертість всіх напрямів діяльності за різними тематичними областями досліджень для вчених і організацій третіх країн, включаючи Росію.

## **ТЕМА 4. ІНФОРМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

### ***4.1. Поняття, розвиток і застосування інформаційних технологій в туризмі***

Інноваційний туристичний процес є надзвичайно інформаційно насиченим. Інформаційне забезпечення інноваційного процесу містить комплекс даних, що відображають процеси створення виробництва, збуту й експлуатації об'єктів інновацій і їхніх функціонально тотожних аналогів. Інформаційна технологія вибирає спосіб доведення цих даних, а також відомостей методичного характеру до користувачів шляхом систематизації прийомів, методів і програм, що використовуються у процесі інноваційної діяльності в туризмі. На цій основі стає можливим прогнозування результатів інноваційної діяльності, на базі економічного моделювання, її залежності від впливу різноманітних чинників.

Слід відзначити недостатню розвиненість інформації інноваційної діяльності, низький рівень використання техніки (комп'ютерної) в сфері проектування та управління виробничими процесами ускладнюють прогнозування розвитку інноваційних процесів в Україні і, отже, вибір найбільш перспективних напрямів інновацій в туризмі. У поєднанні з відсутністю концептуальних підходів до визначення місця інноваційної діяльності в реформуванні економіки, невідпрацьованість законодавства, браком фінансових ресурсів активізація підприємства, пов'язаного з технологічними розробками, по суті залишається блокованою. Це зумовлює існування певних суперечностей між потребами і потенціальними можливостями економіки, з одного боку, і реаліями перехідної економіки, з одного боку, і реаліями перехідної економіки, - з другого.

Розв'язання цих суперечностей потребує: систематизації інформаційної бази, формування інформаційного забезпечення інноваційного процесу та ін.

Коли поступили в широкий продаж телевізори, багато хто був переконаний, що телебачення покладе край друкарській справі, проте цього не

відбулося. Книги і масові друкарські видання продовжують інформувати. Заміни друкарських видань інформаційними технологіями не відбувається, не дивлячись на те що все більше стає електронних версій книг і масових журналів в Інтернеті, а користувач може їх роздрукувати. Натомість інформаційні технології використовуються книговидавниками як засіб розповсюдження друкарської інформації.

Активний розвиток сфери інформаційних технологій (ІТ) почався після розповсюдження в кінці 1960-х рр. універсальних обчислювальних машин («мейнфреймів») і винаходу в 1971 р. мікропроцесора. За останні 40 років глобальні обчислювальні потужності збільшилися в мільярд раз. У 2010 р. процесингова потужність звичайного комп'ютера в 10 млн. раз перевищує потужність комп'ютера 1975 р., проте коштує в реальних цінах він набагато менше.

Інтернет став належним чином функціонувати тільки після винаходу Всесвітньої павутини в 1990 р. і браузера в 1993 р. Число користувачів Інтернету перевищило 1 млрд. 20 млн. і продовжує активно зростати. У Інтернету є багато спільного з телеграфом, винайденим в 30-ті рр. ХІХ ст. Телеграф теж зумовив різке падіння витрат на зв'язок і збільшення інформаційних потоків в економіці. Але впровадження телеграфного зв'язку не призвело до зміни традиційного економічного мислення, як це відбувається в епоху розвитку Інтернету.

Цінність інформаційних технологій обумовлена створюваними ними можливостями збору, аналізу і передачі інформації: куди бажано, миттєво і з мінімальними витратами. Ці технології доповнюють інтелектуальні можливості людини точно так, як і технології промислової революції доповнювали м'язову енергію. Електричне освітлення допомогло подовжити робочий день, залізниця і авіація дозволили людям і товарам значно легше і швидше переміщатися з однієї території на іншу. Впровадження Інтернету дозволило отримувати найбільші економічні вигоди у всіх сферах економіки.

Інформаційні технології — це тільки одна з гілок науково-технічних революцій, що відбуваються нині і можуть забезпечити набагато більш

могутню «довгу хвилю», ніж їх попередники. Неминучий перетин телекомунікаційних і інформаційних проблем і засобів їх вирішення. Найбільшою мірою це стосується Інтернету як наймасштабнішого інформаційно-телекомунікаційного засобу.

В сучасному світі учасниками телекомунікаційних систем є:

1) оператори зв'язку, які фактично забезпечують інфраструктурні можливості з повним набором універсальних послуг; суверенітет над національним сегментом Інтернету належить тій країні, на території якої він розміщується;

2) постачальники послуг доступу до Інтернету, глобальних розподільних систем; це провайдери — власники певної частини технологій, які передають і розподіляють їх серед споживачів і постачальників інформації;

3) постачальники інформації — власники інформаційно-торгових порталів, серверів;

4) користувачі.

Сучасні телекомунікаційні системи і комп'ютери скорочують час і витрати на зв'язок, кордони держав не впливають на їх використання, вони сприяють прискоренню розповсюдження знань у світовому масштабі.

Нові технології у сфері телекомунікацій з'являються безперервно, і кожна з них розширює ринок послуг. Більшість цих новин можна охарактеризувати двома властивостями — мобільність і висока швидкість передачі даних. В 2000 р. до стандартної аббревіатури в інтернет-адресах www (world wide web) додалася нова — wap (wireless application protocol) — протокол бездротового зв'язку, що дозволяє проглядати інтернет-сайти на екрані мобільного телефону. Проте одним з істотних недоліків цього протоколу є те, що телефон на час доступу в мережу займає лінію, примушуючи користувача платити за дорогий стільниковий час. На сьогоднішній день з'явилася телекомунікаційна технологія GPRS (General Packet Radio Service) — пакетна передача даних в стільникових мережах. По одному каналу може працювати велика кількість абонентів, а користувач платить тільки за передані дані. Одним з найважливіших застосувань GPRS стане так званий технологічний моніторинг.

Вбудовані у всілякі комунальні лічильники, банкомати, автомобільні сигналізації, автомати роздрібною торгівлі та інші пристрої GPRS-термінали будуть не тільки миттєво збирати телеметричну інформацію, але і генерувати стільниковим операторам величезний трафік.

Інтенсивний розвиток бездротових технологій, який спостерігається протягом останніх п'яти років, чітко визначив тенденцію, що в недалекому майбутньому численні телекомунікаційні послуги надаватимуться через один мобільний пристрій, який буде одночасно і телефоном, і портативним комп'ютером, і засобом доступу в Інтернет, і кишеньковим телевізором. Це буде вимагати високої швидкості передачі інформації — як мінімум у три рази перевищуючої існуючу на сьогоднішній день. В серпні 2004 р. в Нижньому Новгороді відбулася конференція «Системні мережні рішення і устаткування для побудови мереж зв'язку на основі технологій NGN — Next Generation Network». Мережа наступного покоління — цей засіб об'єднання всіх технологій, що є сьогодні, шляхом створення універсальних пакетних мереж, які забезпечать якісну передачу інформації для будь-яких додатків — телефону, інтерактивного відео і ін. Багато які з цих можливостей доступні сьогодні і в мережі Інтернет. Проте застосування технології NGN сприятиме подальшому розвитку мереж зв'язку загального користування і надасть споживачу принципово нового рівня доступності послуг, їх якості і захищеності.

Інформаційні технології мають чотири характерні риси:

- ❖ *мають всепроникаючий характер;*
- ❖ *сприяють більш ефективній роботі ринків* шляхом спрощення і розширення доступу до інформації, ліквідації бар'єрів для нових учасників, тим самим допускаючи на ринок безліч покупців і продавців, знижуючи операційні витрати до нульової відмітки;
- ❖ *мають глобальне розповсюдження,* завдяки чому величезна кількість знань може зберігатися, пересилатися і ставати надбанням людей в будь-якій точці земної кулі;

❖ *прискорюють інноваційний процес*, дозволяючи простіше і дешевше обробляти величезні обсяги інформації і скорочуючи час, необхідний для розробки нової продукції.

Просування туристичного інноваційного продукту чи послуги означає функціонування цілісної системи прийомів по ефективному продажу інновацій на ринку. Іншими словами, просування — це комплекс заходів, спрямованих на реалізацію інновації. Цей комплекс заходів включає в себе виробництво і використання інформації (тобто інформаційного продукту), рекламні заходи, організацію роботи торговельних точок (пунктів по продажу інновації), індивідуальні консультації покупців, стимулювання продажу інновації та ін.

Рекламну компанію інновації цілеспрямовано проводити з врахуванням таких моментів: реклама повинна бути систематичною, щоб охопити велику кількість споживачів реклами; реклама повинна бути цікавою; реклама потребує застосування всіх її форм (друк, Інтернет, радіо і т. д.)

Дифузія інновації означає діяльність по доведенню інновації до кінцевого споживача. Ця діяльність включає вибір каналів просування, організацію збутової (торгівельної) мережі і т. д.

Можуть бути використані три основних методи продажу інновацій:

- прямий метод;
- непрямий;
- змішаний.

Прямий метод продажу означає, що відбувається безпосередній контакт між продуцентом і покупцем інновації. Тут продаж часто супроводжується консультаціями та іншими умовами.

Непрямий метод продажу означає, що контакт між продуцентом і покупцем здійснюється через посередника (продавця).

Змішаний метод продажу означає, що в якості посередника виступають торгові та інші підприємства.

Вибір того чи іншого методу продаж залежить від ринкової ситуації.



При просуванні і дифузії інновації важливе значення приділяється зв'язкам з громадськістю. За кордоном робота по зв'язкам з громадськістю називається «паблік-релейшнз».

Паблік-релейшнз (англ. public relations) установи — це діяльність по формуванню сприятливого громадського погляду про продуцента або продавця інновації, що є формою реклами з широким залученням всіх засобів масової інформації.

Заходи паблік-релейшенз спрямовані не на пропаганду споживацьких достоїнств і якостей нового продукту, а перш за все на створення іміджу продуценту або продавцеві, на роз'яснення всіх переваг даного нового продукту перед вже існуючими аналогічними продуктами.

Робота по зв'язкам з громадськістю передбачає встановлення і підтримку контактів з пресою, інформування населення про специфіку роботи продуцента, взаємодію з органами влади по питаннях законодавства, консультування, інформованості.

Вищевказані заходи характеризуються наступним.

Інформація (лат. informatio — пояснення, викладення) — це повідомлення про що-небудь. В господарській практиці мова йде про інформаційний продукт. Інформаційний продукт являє собою матеріалізовану форму відомостей, що є об'єктом зберігання, переробки і передачі.

Інформаційний продукт має особливі властивості, що відрізняють його від інших видів продуктів. Ці властивості мають характерні риси.

1. Інформаційний продукт несе в собі тільки один вид зносу — моральний. В той час як матеріальні предмети зазнають двох видів зносу: фізичного і морального.

2. Інформаційний продукт на відміну від матеріального предмету може використовуватись декількома людьми одночасно в різних підприємствах або в різних господарських процесах.

3. Витрати на дифузії (тобто на розповсюдження, тиражування) першого екземпляра інформаційного продукту значно перевищують витрати на виробництво.

4. Великий вплив якості інформаційного продукту на всю систему управління.

5. Якість і ефективність будь-якого процесу управління, в тому числі і управління інновацією, багато в чому визначається якістю інноваційного продукту. Чим точніша інформація, тим конкретніше рішення. Якість інформації повинна оцінюватись при її отриманні, а не при передачі.

6. Швидке старіння інформаційного продукту. Інформація є функція часу. Тому вона дуже швидко старіє в часі. Це вимагає оперативного використання одержаного інформаційного продукту. Іншими словами, інформаційний продукт не може довго зберігатися.

Якість інформаційного продукту визначається різними факторами, основними з яких є:

- релевантність;
- пертинентність;
- креативність;
- зручність у повсякденній роботі.

Релевантність (англ. relevant – доцільний) інформаційного продукту означає відповідність між інформаційним запитом і отриманим повідомленням.

Пертинентність (англ. pertinent – підходящий, який має відношення) вказує на відповідність інформаційного продукту потребам у ньому.

Креативність (лат. creation – створювати) одержаної інформації виражає можливу широту використання даного інформаційного продукту. Розповсюдження інформації створює популярність новому продукту, інформує споживачів і створює попит на нього, тобто здійснює рекламу.

Реклама – це різновид соціальної інформації, тобто засобів зв'язку між людьми. Соціальна інформація несе в собі активний елемент новизни. Реклама діє на людську свідомість. Тому її методи повинні бути психологічно обумовленими.

У світі зараз три постачальники стандартів інформаційних технологій — США, Європа і Японія. Керівництво США в цій сфері зрозуміло — в цій країні знаходяться майже всі провідні інформаційно-технологічні компанії світу. Їх

угоди один з одним і норми Федеральної комісії з комунікацій (FCC) визначають тенденції розвитку ІТ-галузі на декілька років вперед. Японія застосовує і вдосконалює переважно американські стандарти, а Європа прагне самостійності. Їй це вдалося в галузі стільникового зв'язку і програм для бізнесу. Останнім часом на роль експортера стандартів в галузі інформаційних технологій почав претендувати Китай.

Росія поки не може запропонувати світу новий ІТ-стандарт або перспективну технологію, яка могла б відразу захопити значну частку ринку, хоча у сфері розробок інформаційних технологій є конкретні успіхи. В межах федеральної цільової програми «Електронна Росія» реалізуються проекти: «Уряд», «Освіта», «Телемедицина».

Що є «електронним урядом»? Громадяни будь-якої країни змушені спілкуватися з державними службами з різних питань. Будь-який уряд має декілька десятків різного роду відомств. Навіть при найпростіших операціях (отримання ліцензії, продаж нерухомості, оформлення спадку та ін.) доводиться звертатися в декілька відомств, кожне з яких вимагає заповнення різних форм і особистої присутності громадянина. Завдяки інформаційним технологіям стає можливим корінне перевлаштування державних служб. Шлях до «електронного уряду» можна підрозділити на чотири етапи. На першому державні відомства створюють сайти з одностороннім зв'язком, що передбачають розміщення інформації про себе. На другому етапі ці сайти стають інструментами двостороннього спілкування з громадянами, практично виключаючи телефонні дзвінки і напрям листів з питань, що цікавлять. На третьому етапі сайти надають можливість здійснення офіційного вартісного обміну і того що піддається кількісному вимірюванню (продовження терміну дії ліцензії, сплата штрафу або запис на курси навчання). Такі сайти за допомогою елементів самообслуговування онлайн забезпечують заміну тієї роботи, яку раніше виконували державні службовці. Останній, четвертий етап допускає наявність порталу, інтегруючого весь комплекс послуг уряду і забезпечуючого доступ до них виходячи з потреб і функціональних аспектів, а не з існуючої структури

департаментів і відомств. Просте ім'я для входу в систему і пароль дозволять користувачу спілкуватися з будь-яким підрозділом уряду.

У кінці червня 2004 р. в Киргизії відбулося засідання Регіональної співдружності в галузі зв'язку, задачею якої є формування єдиної політики в галузі інформаційно-комунікаційних технологій в СНД. Прийнята «Стратегія співпраці країн СНД у сфері інформатизації» допускає створення автоматизованої системи міждержавного інформаційного обміну. Росія може не тільки експортувати свої інформаційні технології в країни СНД, але і стати лідером світового ринку інформаційних технологій. Обсяги експорту програмного забезпечення з Росії зростатимуть швидкими темпами і в перспективі можуть перевищити 1 млрд. дол. США в рік.

Комп'ютери і Інтернет сприяють повній реорганізації бізнесу — від закупівлі засобів виробництва і продажу продукту до децентралізації управління і аутсорсингу (передачі ряду функцій стороннім організаціям). Інформаційні технології дають можливість торгувати деякими послугами, що раніше не знаходилися в торговому обороті, а також і матеріальними товарами.

Зараз спостерігається брак статистичних даних, за допомогою яких можна б було обчислити дійсний економічний ефект від застосування інформаційних технологій. Статистика недостатньо пристосована для обчислення обсягу виробництва в ХХІ в. Проводити обчислення завжди було найважче у сфері послуг, а інформаційні технології і Інтернет тільки поглибили цю проблему, оскільки велика частина вигод від їх застосування приймає форму більш високої якості продуктів, зручностей і більш досконалого обслуговування споживачів. Інформаційні технології дозволяють простіше і з меншими витратами пропонувати персоніфіковані товари і послуги. Проте офіційна статистика не може врахувати вигоди, пов'язані з більш широким вибором, який є у споживачів на теперішній час. Показники ВВП не контролюють і нематеріальний вигаиш від зростання задоволення споживачів.

Всі технологічні революції пов'язані не тільки з вигодами, але і з ризиками. Будь-який технологічний прогрес призводить до скорочення робочих місць і професій, але на зміну їм з'являється ще більше нових. Упровадження

інформаційних технологій збільшує попит на спеціальності, що вимагають певної кваліфікації і хорошої освіти. Економіка все більше стає залежною від знань.

Всі наведені тенденції розвитку інформаційних технологій робитимуть безпосередній вплив на організацію туристичного бізнесу і на впровадження інновацій у сфері туризму.

#### ***4.2. Інформаційні ресурси Інтернет в туристичній діяльності***

Не дивлячись на швидкий розвиток інформаційних технологій, телекомунікацій і електронної торгівлі, більшість туристичних організацій тільки в середині 1990-х рр. стали активно використовувати Інтернет в своїй діяльності.

Інтернет дозволяє туристським організаціям, без великих затрат отримати доступ до великих груп споживачів з метою передачі конкретної інформації про пропоновані продукти і про організацію їх продажів; надійно поширювати повну і докладну інформацію про свою діяльність; швидко і ефективно приймати заявки клієнтів і проводити бронювання необхідних послуг; скоротити витрати на виробництво і розповсюдження друкарської продукції; прискорити і спростити взаємодію з партнерами на ринку.

У момент продажу туристська послуга — не більше ніж інформаційний продукт про послуги, які будуть надані клієнту. Зараз конкурентна боротьба серед учасників туристичного ринку окрім ціни і якості обслуговування розвертається навкруги довір'я клієнта до інформації, що надається йому.

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

Із загального обсягу послуг, що куплялися через Інтернет, три чверті припадають на Сполучені Штати, де понад 60 % туристів використовують Інтернет для пошуку відповідних турів. Результати проведених досліджень підтверджують, що в туристичній галузі попит у значній мірі залежить від вартості і оперативний пошук необхідної інформації часто відіграє вирішальну роль, тому все більше споживачів віддають перевагу пошуку і замовленню квитків і готелів саме в мережі Інтернет порівняно з будь-яким іншим джерелом інформації. В 2004 р. обсяг продажів туристичних послуг в США з використанням технологій онлайн значно зріс і склав 54 млрд. дол. США, або 23 % всіх операцій. Найбільший дохід приніс продаж онлайн авіаквитків — 23,3 млрд. дол. США, на другому місці — бронювання місць в готелях (11,6 млрд. дол. США). Обсяг мережних послуг зростає як у великих віртуальних турагентствах, так і на сайтах туроператорів. Згідно досліджень, розробка і впровадження нових технологій онлайн приведе до подальшого збільшення кількості бронювань туристичних послуг в Інтернеті, а обсяг продажів через веб-сайти туроператорів до 2009 р. може скласти 60 % (в 2006 р. - 56 %).

Якщо на європейському ринку в 2002 р. обсяг продажів туристських послуг в режимі онлайн склав 7,6 млн. євро (3,4 % в загальному обсязі продажів), то в 2006 р. — 10 % цього обсягу. На першому місці знаходиться Великобританія — 38 % від загальних туристичних операцій; за нею слідують Німеччина — 22 %; Франція — 12 %; Фінляндія, Ісландія і Скандинавські країни — по 11 %. В решті країн Європи обсяг операцій онлайн складав 8-9 %.

В російському туристичному бізнесі Інтернет поки відіграє незначну роль. За кількістю сайтів турбізнес знаходиться на п'ятому місці, пропускаючи попереду «освіту», «авто і мото», «будівництво», «товари і послуги». Сьогодні більшість російських туристських компаній використовує Інтернет як велику дошку оголошень для реклами своїх можливостей з організації туристського обслуговування.

Використання операцій онлайн дозволяє туристичній фірмі зайняти нову аудиторію і охопити послугами значно більші території, а також отримати значну економію часу при роботі з клієнтами. Проте в Росії продажу турів поки

здійснюються при особистому візиті покупця в туристську фірму. Повний перехід російського турбізнесу на технології онлайн зараз нереальний у зв'язку з відсутністю чіткого законодавства в цій сфері, низьким рівнем розвитку ринку, недостатньою досвідченістю споживачів, неможливістю сплатити послуги кредитною картою і захистити клієнта від різних шахрайств.

Аналіз показує, що споживачі не роблять покупок в режимі онлайн з наступних причин: віддають перевагу послугам туристичної компанії; вважають, що інформація в Інтернеті є неповною; не довіряють віртуальним агентствам; не знають надійних туристичних сайтів і не уміють ними користуватися.

Розвиток передових технологій поступово починає витісняти друкарські видання, замінюючи їх публікацією інформації і реклами в Інтернеті або іншими формами.

Більш ефективні можливості пошуку потрібної інформації в Інтернеті, нові портативні безпроводні пристрої, що дають вихід у мережу, розширення кількості і якості інформації про туристичні центри і всі послуги, що мають відношення до подорожей, провіщають величезні зміни в туристичному бізнесі і електронній комерції. Кількість користувачів Інтернету стрімко зростатиме, оскільки використання телекомунікаційних систем дозволяє туристу самостійно планувати поїздку: скласти маршрут, замовити і сплатити готель, екскурсії, квитки на літак, потяг або круїз і ін. Для того, щоб полегшити отримання інформації про подорожі і туризм користувачами Інтернету, Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) вирішив виділити новий домен спеціально для туристського бізнесу «.travel», який упроваджується в даний час.

Особливою формою використання інформаційних технологій в туризмі є електронні системи бронювання.

### ***4.3. Туристичні інформаційні термінали***

Основною функцією інформаційного туристичного терміналу є надання інформації про туристичний потенціал міста: дані про розміщення в готелях, довідкова інформація, інформація про перелік пропонованих послуг, афіша, дозвілля. Крім того, у разі потреби кожен бажаючий зможе замовити будь-яку із запропонованих послуг через такий термінал.

Розмістять їх у місцях найбільшого скупчення людей: на центральних вулицях, площах, біля аеропортів, вокзалів та готелів. Орієнтовна вартість одного такого терміналу близько 70 тисяч гривень.

Зокрема, термінали встановлять у аеропорту, на залізничному і автовокзалах, в торговельних центрах та на центральних вулицях міста. Вони також інформують туристів про пам'ятки і історію міста, готелі, об'єкти спортивної інфраструктури, маршрути руху громадського транспорту тощо. Види інформаційних туристичних терміналів:

- мобільні термінали;
- платіжні термінали;
- термінал по бронюванню та інші.

Одним із видів інформаційних терміналів виступає звичайний персональний комп'ютерна допомогою нього кожна особа може здійснити бронювання авіа

- квитків ,бронювання місця проживання в готелі, кемпінгу та інших засобів бронювання на інші види перевезень. Найбільш використовувані системи бронювання на сьогоднішній день є такі як: Sabre, Galileo, Worldspan, Amadeus. Вони являються найбільшими у світі інформаційними туристичними терміналами.

### ***4.4. IT- рішення для туристичних компаній***

У сучасних умовах вже неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій. Сучасне суспільство характеризується швидким розповсюдженням нових інформаційних технологій і радикальними змінами соціально-



економічного життя під впливом цих процесів. Останнє десятиріччя ознаменувалося стійкою тенденцією розвитку інформатизації процесів управління підприємствами туристичної сфери. Туризм сьогодні - це глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому беруть участь великі авіакомпанії, готелі та туристичні корпорації всього світу. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність операційних та управлінських рішень у цій сфері. Великі капітальні вкладення в нові технології приведуть до вертикальної, горизонтальної та діагональної інтеграції туристичних підприємств. Інформаційні технології забезпечують значне зростання продуктивності у сфері послуг, а також у туризмі. Туризм - одна з найбільш перспективних індустрій. Гальмівним фактором для розвитку туризму є низька інформаційна грамотність та слабкі комунікації. Саме тому питання розвитку інформаційних технологій у туризмі актуальне для туристичних фірм в умовах глобалізації економіки.

Для туристичних компаній існує багато шляхів підвищення ефективності діяльності.

Загальносвітовою тенденцією розвитку туристичного ринку провайдерських послуг є надання готелям пакету послуг, пов'язаних із просуванням на різних ринках із акцентом на глобальні системи бронювання (Global Distribution System - GDS).

До глобальних відносять чотири основні системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 000 терміналів, установлених у готелях по всьому світу, що складає близько 90 % ринку: не випадково їх називають "золотою четвіркою". 10 % займають регіональні системи резервування та системи, які знаходяться в стадії злиття з однією з вищеперерахованих. Кожна GDS, хоча і є глобальною, має свій арсенал розповсюдження. Для Amadeus та Galileo - це передусім Європа, для Sabre та Worldspan - Америка. Цікаво, що система Galileo використовується в 116 країнах світу, більш ніж 45 тисячами агенств. За результатами 2009 року

Galileo має найбільш міцні позиції у Великобританії, Італії, Греції, Швейцарії, Португалії. У цілому, частка цієї системи на ринку Європи - 29,8 % (друге місце). Таких результатів Galileo досягла за три роки роботи на світовому ринку. Система Galileo дозволяє забезпечувати туриста та турагента інформацією про туристичні продукти й послуги, автоматизувати процес бронювання авіаквитків, здійснювати прямий обмін повідомленнями та замовлення додаткових послуг.

Не менш відома у світі система бронювання Sabre, яка надає туристу інформацію про послуги перекладачів, оренду автомобілів, бронювання місць у готелях, організацію екскурсій, прогноз погоди, курси валют, забезпечує демонстрацію географічних карт, відео- та фото з місць відпочинку та багато ін. Використання цієї системи в туристичних фірмах дозволило б впровадити систему з доступом до широкого спектру туристичних послуг, здійснювати продаж туристичних продуктів, дистрибуцію й розробку технологічних рішень для туристичної сфери. Комп'ютерна система бронювання Worldspan здійснює резервування місць на авіатранспорті, у театрах та інших закладах культури, номерів у готелях, екскурсій, компаніях з оренди автомобілів, надає додаткову інформацію, пов'язану з туризмом. На початку XXI ст. Worldspan активно просуває туристичні Інтернет-технології у сфері електронної комерції. Програма Dates&Destinations дозволяє створити Internet Booking Engine – систему бронювання через Worldspan на сайті туристичного агентства в Інтернет. Впровадження цієї системи в діяльність туристичних компаній дозволило б клієнтам самостійно обирати авіарейс, готель і здійснювати їх бронювання. Із вищеперерахованих систем бронювання в туристичних фірмах користуються системою Amadeus. Останнім часом система Amadeus активно виходить на український ринок туристичних послуг і є однією із комп'ютерних систем бронювання, які динамічно розвиваються в Україні. У висновку можна сказати, що у сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання

суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг.

Запропоновані системи бронювання у туристичну галузь дозволить туристичним підприємствам суттєво скоротити час на обслуговування клієнтів, забезпечити резервування в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг, оптимізувати формування маршруту туристів за ціною, часом польоту та іншими параметрами та значно підвищити якість туристичних послуг.

Подальший розвиток менеджменту, персоналу та автоматизації - усе це дає шанс обійти конкурента та забезпечити турфірмам успіх в умовах ринкових відносин. Використовуючи переваги комп'ютерних технологій, сучасні туристичні компанії упевнено та успішно будуть працювати сьогодні, закладаючи фундамент завтрашнього процвітання.

#### ***4.5. Геоінформаційні технології в туризмі***

На сьогодні ГІС в туристичній галузі в основному використовуються в основному для підготовки туристичних карт, буклетів і іншої друкованої продукції. У той же час, для територій, що володіють унікальним природним потенціалом або що мають історико-культурне значення, важливою є розробка геоінформаційних систем з метою створення інтерактивних картографічних Інтернет ресурсів в туристичній галузі.

Інформаційна компонента ГІС складається з географічних даних і туристичних об'єктів з чисельними пам'ятками, додаткової інформації туристичної інфраструктури (готелі, заклади харчування, транспорт, лікарні, аптеки, органи управління тощо) з можливістю детальної довідникової інформації про ці об'єкти. Завдяки включенню космічного зображення високого розрізнення з КА Quickbird місцевість легше «впізнається», сприймається природно. Використання космічних знімків, разом з географічними даними, дає змогу отримувати найбільш об'єктивну інформацію про сучасний стан місцевості та зміни, що відбулись, а також під час маршруту приймати більш обґрунтовані рішення в орієнтуванні та більш надійно гарантувати безпеку для туристів. Збір інформації, що становить основу довідкової бази даних,

проводиться з різних джерел, в тому числі з друкованих видань, ресурсів Інтернет та вивчення об'єктів на місцевості й уточнення їх місце знаходження. Інформація розбита по тематичним категоріям, у кожній з яких представлено декілька картографічних шарів з можливістю ідентифікації об'єкта й одержання додаткової інформації з нього. Всі туристичні об'єкти класифіковані наступним чином.

#### 1. Пам'ятки архітектури та містобудування:

- пам'ятки фортифікаційного зодчества (земляні вали та рови, фортеці, замки);
- культові споруди (релігійні споруди різних конфесій: костьоли, церкви, монастирі, собори, синагоги);
- архітектурна спадщина громадського призначення (адміністративні будівлі, палаци, садибні будівлі, адміністративні будинки, ратуші, палаци, маєтки);
- археологічні пам'ятки (городища, кургани, залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, іригаційних споруд, шляхів);
- історичні пам'ятки: будинки, споруди, їхні комплекси (ансамблі), окремі поховання та некрополі, визначні місця пов'язані з важливими історичними подіями, з життям та діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів;
- мистецькі об'єкти (театри, палаци, будинки та центри культури, музеї, школи мистецтв, філармонії).

#### 2. Природо-заповідний фонд:

- природні території та об'єкти: заповідники , національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи (печери, як пам'ятки природи), заповідні урочища;
- штучно створені об'єкти: ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва.

Кожний об'єкт прив'язано на зображенні, а сама туристична ГІС створена на базі спільного використання технологій ESRI ArcGIS, включаючи ArcSDE і

ArcIMS. ArcIMS - це комплекс програмних засобів, орієнтований на роботу з геопросторовими даними в Internet. Система складається з клієнтського інтерфейсу та серверного рівня.

Клієнтська частина ГІС реалізована засобами Internet браузерів. Клієнти обробляють тільки функції клієнтського інтерфейсу, а всі дані відправляють на ArcIMS сервер. Результати відпрацьовування запитів інтерпретуються браузером і відображається на екрані. Реалізовані такі функції:

- відображення об'єктів, маршрутів, регіонів;
- переміщення по карті, зміна масштабу відображення;
- підключення та відключення даних до набору відображення;
- підключення космічних знімків для відображення;
- друк обраного фрагменту карти;
- відображення даних по окремому об'єкту та детальної довідникової інформації;
- виконання просторових і атрибутивних запитів;
- вимірювання відстаней;
- можливість пошуку;

Але це далеко неповний перелік можливостей системи, при необхідності він може бути легко розширений. Туристична ГІС створювалась в форматах шейп-файлів ArcGIS. Вважаємо, що створення туристичних інформаційних систем на базі ГІС технологій з можливістю доступу в мережі Інтернет є перспективним варіантом використання ГІС в сфері туризму. Зростаючий у нашому суспільстві попит на довідкову інформацію не задовольняється повною мірою паперовими виданнями й електронними довідниками в Інтернет. Основний недолік цих ресурсів - відірваність даних, які описують об'єкт, від його географічного положення, що значно звужує область їхнього використання. Довідково-інформаційна система в Інтернет з картографічним інтерфейсом здатна поєднувати в собі всі переваги ГІС й Інтернет-довідника й служити для комп'ютеризованої частини населення оптимальною формою довідкової системи. Використання таких систем дає змогу отримувати

найбільш об'єктивну інформацію та набагато точніше орієнтуватися на місцевості.

#### ***4.6. Глобальні розподільні системи***

У сфері туристського бізнесу оперують тисячі економічних суб'єктів, тому туризм багато років є «випробувальним полігоном» для обкатки і розвитку нових технологій в області комунікацій і інформації. Багато туристських підприємств першими впроваджували передові і новітні технології. Достатньо привести як приклад використання систем авіаційного бронювання, пізніше бронювання, що перетворилося на комп'ютерні системи (Computer Reservation System — CRS).

Комп'ютерні системи бронювання (КСБ) дозволяють споживачам знаходити задовольняючі їх варіанти подорожей і купувати квитки в режимі реального часу. Останніми роками авіакомпанії скорочували свою частку акціонерного капіталу в КСБ, продаючи акції іншим перевізникам або випускаючи акції на ринок.

Комп'ютерні системи бронювання сьогодні з'єднані в глобальні розподільні системи (Global Distribution Systems — GDS), які протягом довгого часу є найбільшими світовими мережами і використовуються туристичними фірмами як звичний робочий інструмент. Глобальні розподільні системи (ГРС) історично з'явилися на базі систем бронювання авіаквитків найбільших авіакомпаній в той період, коли з'явилася тенденція утворення союзів перевізників. Після злиття і придбань до початку нового століття склалися чотири основні системи — Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan. У зв'язку з глобалізацією ринків системи, що раніше повністю належали авіакомпаніям, перетворилися на холдинги з участю представників різних сфер бізнесу, що мають відношення до подорожей. Сьогодні ГРС мають прямий доступ в режимі реального часу до баз даних практично всіх судноплавних і авіакомпаній, залізниць, готельних ланцюгів, туристичних фірм і центрів, фірм з прокату автомашин і ін.

Авіакомпанія American Airlines в 1976 р. створила глобальну розподільну систему SABRE Inc. В жовтні 1996 р. компанія Sabre Holdings Corporation стала першою ГРС, яка взялася до роботи в режимі онлайн, створивши віртуальне туристичне агентство Travelocity.com. До 2004 р. корпорація стала безумовним лідером туристичної електронної торгівлі, вона розміщує і обслуговує більше 700 веб-сайтів. Дохід компанії в 2003/2004 фінансовому році склав 2,1 млрд. дол. США. Постачальниками інформації є 400 авіакомпаній, 64 тис. готелів, 32 компанії по оренді машин. Її клієнтами є більше 50 тис. туристських агентств. Корпорація володіє контрольним пакетом свого німецького партнера Dillon Communication Systems GmbH (DCS), що дає можливість отримувати якнайповнішу інформацію по туристичних, транспортних і інших послугах в Німеччині, Великобританії, Бельгії, Нідерландах, Австрії, Люксембурзі, Швейцарії і Польщі і контролювати 30 % німецького туристського ринку. З 1 квітня 2005 р. «Аерофлот» став використовувати систему бронювання SabreSonic, що замінила систему Gabriel, що використовується авіакомпанією з 1960-х рр.

Перейшовши на систему Sabre, «Аерофлот» отримує одночасно інвенторну (автоматизована база даних, в якій зберігаються відомості про рейси перевізника і наявність вільних місць) і дистрибутивну системи, інші розробки Sabre.

У квітні 2005 р. «Аерофлот» уклав договір з ГРС Amadeus. Ця маркетингова угода своєю основною задачею ставить розвиток співпраці між компаніями на всіх рівнях. По-перше, авіакомпанія забезпечує ГРС Amadeus повний доступ до всіх своїх ресурсів (всі послуги і тарифи перевізника, які доступні для бронювання в Sabre, будуть в однаковій мірі доступні і користувачам системи Amadeus). По-друге, перевізник у випадку, якщо виникне необхідність введення додаткової оплати за бронювання, зобов'язав розповсюдити її на користувачів всіх розподільних систем (Sabre, Amadeus, Galileo і т.д.) і на ті компанії, які працюють з перевізником напряму. Нарешті, «Аерофлот» забезпечує користувачам Amadeus такий же рівень сервісу і розмір агентських винагород, як і у всіх інших ГРС. Досягнута домовленість про

підписання маркетингової угоди між «Аерофлотом» і Galileo International. Важливою складовою частиною цього спільного проекту стане реалізація системної друку квитків з використанням продукту Galileo GAT Ticketing, схваленої «Аерофлотом» для використання агентами на території РФ і за кордоном.

В даний час на частку ГРС Amadeus припадає 80 % від загального обсягу бронювання авіаперевезень, зроблених в Росії через глобальні розподільні системи. Намічено створення єдиного туристичного серверу, який повинен стати найбільшим сховищем інформації про туристичні продукти, блокування продажів, наявність вільних місць та ін. В основу проекту встановлені принципово нові технології збору інформації про продукти, засновані на прямому доступі до баз даних туроператорів.

Стратегія компанії Galileo International спрямована на розвиток основної діяльності компанії, а також розвиток ефективних інструментів бронювання онлайн, впровадження новітніх управляючих технологій, інноваційних інтернет-рішень.

Так, розроблена система Travel Point є готовим інструментом самообслуговування мандрівників і дозволяє їм самостійно створити, а потім при необхідності змінити або анулювати маршрут.

Galileo International розробив також систему для професіоналів, що дає можливість через Інтернет використовувати для електронної комерції мобільні телефони і пейджинговий зв'язок.

#### ***4.7. Віртуалізація інформаційного забезпечення***

В даний час все активніше використовують Інтернет для пошуку товарів і послуг. А так само пошук туристичних маршрутів і готелів. Проте в цій області менеджери і індивідуальні туристи постійно стикаються з певною складністю: як можна вибрати відповідний готель, серед одноманітних рекламних проспектів. Основу віртуальних турів складають панорамні зображення, які, на відміну від звичайної фотографії, дозволяють глядачеві проникнути всередину змальованого об'єкту. Глядач може детально розглянути все навколишнє



оточення, вивчити особливості інтер'єру, розгледіти навколишні предмети. Панорамне зображення дозволяє сприймати об'єкт набагато більш цілісно чим ряд розрізаних фотографій. Вживання можливе в абсолютно різних сферах, де від наочності тієї, що підноситься.

Це дає змогу потенційному клієнтові візуально познайомитися з інтер'єром закладу (готелю, ресторану, кафе, магазину, транспортних засобів, клініки), використовуючи дані технології (сферичній фотографії), можливістю є те що людина має можливість побачити те що не в змозі почути, виникає відчуття присутності відвертості певної компанії. І вибираючи ресторан або готель клієнт користуватиметься не лише сухою інформацією про заклад але і придбаним (хай і віртуально) відчуттям затишку за час віртуальної подорожі.

Чітке уявлення про інтер'єр номера, загальне архітектурне вирішення готелю або пансіонату, їх місце розташування, вигляді з вікна або балкона - ось що здатне вплинути на вирішення про бронювання номера. Віртуальні тури і сферичні панорами можуть не лише передати атмосферу готелю або пансіонату, але і зроблять їх рідними і знайомими.

Крім того, за допомогою віртуальних панорам можна щонайкраще познайомити з додатковими послугами, наприклад, SPA - салоном або залом для презентацій.

Індустрія розваг, як ніщо інше, потребує барвистої і детальної візуальної презентації. Адже до 70% інформації чоловік отримує із зором. Віртуальні тури і сферичні панорами здатні дати ілюзію присутності, перемістити людину в екзотичні або важкодоступні місця, де він раніше ніколи не був, і, таким чином, викликати бажання виявитися в тому самому місці.

Електронна комерція, що охоплює функції маркетингу, продаж і придбання продукції і послуг в Інтернеті, — це один з елементів електронного бізнесу. Існують чотири стадії інтеграції в інтернет-бізнес.

Перша — компанія використовує Інтернет тільки як додатковий маркетинговий канал і, як правило, обмежується створенням сайту і бази даних клієнтів. На другій стадії Інтернет пов'язує бізнес-процеси трьох ключових фігур ринку — постачальника, самої компанії і споживача. Єдиний для

постачальника, виробника і споживача ланцюжок управління виробничими процесами різко знижує витрати на взаємодію, а це, у свою чергу, призводить до скорочення загальних витрат компанії. На наступній, третій стадії багато бізнес-процесів повністю автоматизуються, а інші сильно спрощуються або взагалі зникають. За компанією зберігаються три основні функції: *розробка продукту* (ноу-хау), *продаж* (пряме спілкування з клієнтами) і обслуговування клієнтів. *В результаті співробітничати і конкурувати на ринках починають не компанії, а бренди, які представлятимуть «товар вищої якості за менші гроші з відмінним рівнем сервісу».*

Розкручування брендів — творчий процес, який вимагає професіоналізму, інтуїції, певних навичок, здібності до аналізу і таланту. Багато менеджерів під *брендингом* мають на увазі позиціонування продукту, рекламу, упаковку, а також помітні логотипи і заклики. Але цього недостатньо. Сьогодні брендинг — це весь досвід спілкування споживача з товаром або послугою компанії. Необхідно захоплювати споживача, завойовувати його довіру і робити цей процес настільки приємним, щоб покупець гордився своїм вибором і розказував про це іншим.

На четвертій стадії інтеграції в інтернет-бізнес експлуатується розкручений бренд, ноу-хау і клієнтська база. При цьому конфігурацію продукту формує не виробник, а замовник-споживач.

Одним з основних принципів нових дій на ринку стає орієнтування на споживача і використання інших, ніж раніше, схем взаємодії компаній один з одним і компаній із споживачами.

Існують два види електронної торгівлі: b2b (business to business) і b2c (business to customers). З економічної точки зору більш вигідна торгівля b2b, яка в електронній формі пов'язує покупців і продавців по всьому виробничо-збутовому ланцюжку. Така торгівля зменшує витрати фірм, оскільки дозволяє знайти постачальника з найнижчими цінами. Торгівля онлайн дозволяє ефективніше управляти ланцюжком поставок, оскільки витісняє багато посередників. Крім того, в режимі онлайн значно дешевше розмістити замовлення, знижується ймовірність помилок при оформленні замовлень і

виставлянні рахунків. Електронна торгівля b2b дозволяє фірмам мати менші матеріально-технічні запаси і надає їм більш досконалу інформацію про зміни попиту, що зменшує ризик затоварювання.

В Росії активно розвиваються корпоративні системи бронювання через Інтернет. Провідні російські туроператори — «Наталі тур», «Тез Тур», «Інтурист», UTE-Megapolis і ін. — вже не перший рік використовують електронну торгівлю b2b. Намітилися дві тенденції використання таких систем. Перша — оператор використовує систему b2b не тільки як технологічний засіб вдосконалення бізнес-процесів, але і як маркетинговий інструмент формування агентської мережі. Друга тенденція — стандартизація і уніфікація процесів електронної торгівлі b2b. Декілька компаній намагаються створити єдину систему бронювання туроператори — турагенти. Найближче в технічному і ідеологічному плані до створення такої єдиної системи підійшли пошукові системи по продуктах туроператорів «Форос» і «Тури. ru».

Пошукові системи покликані навести якийсь лад на ринку туристичних послуг, сконцентрувати всю інформацію в одному місці, надати можливість оперативно знайти те, що необхідне в даний момент.

До недоліків цих систем слід віднести складність отримання актуальної інформації, що викликане в першу чергу швидкою зміною цінових пропозицій і частими зупинками продажів. Туроператори не завжди відстежують актуальність своїх турів в пошуковій системі, тому деколи пропонують до продажу такий туристський продукт, якого вже нема.

В середині 2004 р. став виходити додаток до журналу «Тонкості продажів» під назвою ТУРБОКС (TOURBOX). Це єдине видання, яке розповсюджується в турагентствах Росії і Білорусі і є комерційним довідником турагента в ніші b2b.

У березні 2005 р. фахівцям туристичної галузі був представлений новий проект ЗАТ «Глобал-тревел» — інтернет-портал Be Global. Проект передбачає створення єдиної системи пошуку, бронювання і оплати туристських продуктів російських туроператорів і в першу чергу спрямований на розвиток в'їзного туризму в нашу країну. Це інформаційна система інтернет-бронювання типа

b2b і b2c. Вона є частиною п'ятирічної програми розвитку інформаційних технологій в російському туризмі, яка розроблена і реалізується Національною туристською асоціацією (НТА) і Всеросійською народною туристською громадою (ВНТГ). Ве Global — це зручна система пошуку туру, що дозволяє клієнту вибрати за різними критеріями той варіант поїздки, що цікавить. Зарубіжні поїздки можна буде шукати трьома способами: через пошукову систему, роздягнувши «Тури» і роздягнувши «Готелі світу». Можливості відпочинку в Росії будуть представлені у вигляді інтерактивної карти, розділеної на 15 регіонів. Про кожний з регіонів, окрім відомостей про культуру, історію і інфраструктуру буде надана повна інформація про мережу готелів, санаторіїв, клубів і спортивних центрів. На порталі планується впровадження системи оплати, що дозволяє за допомогою кредитної карти або іншої системи купувати вибрані тури або окремі послуги.

Міжнародні авіакомпанії почали спільно створювати віртуальні туристські агентства. В 2000 р. American, Continental, Northwest і United Airlines офіційно оголосили про створення порталу Orbitz.com, який продає квитки 455 авіакомпаній, здійснює бронювання готелів і оренду машин. Після місяця роботи портал Orbitz.com був визнаний шостим за розміром туристичним сайтом, кількість відвідувачів якого перевищила 4 млн.

Через два місяці після появи Orbitz.com дев'ять європейських авіакомпаній створили портал Opodo, який розроблений для того, щоб стати європейським лідером туристського ринку онлайн.

На електронному ринку ще багато проблем. Необхідний розвиток правової бази для бізнесу в Інтернеті. Повинно бути визначене конкурентне право, впорядковані ціноутворення, знижки, забезпечений захист споживача і ін.

Існує декілька бар'єрів на шляху повсюдного впровадження електронних платежів через Інтернет в секторі b2c. По-перше, це обмежене використання кредитних карт. По-друге, недовіра і продавців, і населення до пропонованих банками систем оплати з використанням розрахункових карток. Великою проблемою є доставка сплаченого товару покупцю.

## ТЕМА 5. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ В ТУРИЗМІ

### *5.1. Зміст та види інноваційних проектів*

До переходу до ринкових відносин (як і в даний час) у вітчизняній практиці знайшли широке застосування програмно-цільові методи управління в галузі науки і техніки. Ці методи передбачають формування й організацію виконання цільових комплексних програм (ЦКП), що являють собою комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення конкретних соціально-економічних цілей. Програми науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт розроблялися в державних і галузевих НДТ, а також на регіональних рівнях.

В економіку сучасної України інтенсивно входить відносно нова для неї концепція управління проектами (Project Management). Основу цієї концепції становить погляд на проект як на цілеспрямовану зміну вихідного стану кожної (не обов'язково соціотехнічної) системи, пов'язану з витратою часу і засобів. А процес цих змін, здійснюваних за заздалегідь розробленими правилами в рамках бюджету і тимчасових обмежень, – це управління проектами. Управління проектами стало визнаною в усіх розвинутих країнах методологією інвестиційної діяльності, частиною якої є й нововведення.

Іноземний досвід використання програмно-цільового підходу в управлінні програмами і проектами різного рівня більш різноманітний. У рамках програмно-цільової організації управління постійно виникають нові методи, організаційно-економічні форми та їхні різновиди, що найбільше мірі відповідають успішному вирішенню тих чи інших завдань соціально-економічного і техніко-економічного розвитку.

Найбільшою міжнародною організацією в галузі управління проектами є Інтернет (INTERNET) – Міжнародна асоціація управління проектами, що поєднує більше двадцяти національних суспільств Європи й інших країн. Інноваційні проекти і програми їхньої реалізації становлять істотну частину господарського механізму, що формується, управління науково-технічним розвитком країни, регіонів і окремих підприємств.

Інноваційний проект — це порядок визначення цілей і задач для створення або впровадження окремого інноваційного продукту. Проект включає форми управління інноваційною діяльністю, процес її здійснення і комплект документів, який обґрунтовує і характеризує ці заходи.

Управління інноваційною діяльністю є системою взаємопов'язаних дій, обумовлених термінами, ресурсами, виконавцями і спрямованих на досягнення конкретних цілей.

Інноваційний процес включає організаційні, виробничі, технологічні, комерційні і інші заходи, що призводять до упровадження і розповсюдження інновацій.

Комплект документів містить різноманітну технічну, фінансову і розрахункову документацію, необхідну для реалізації інновацій.

Таким чином, *інноваційний проект* можна визначити як комплекс взаємозв'язаних програм, що забезпечують ефективне досягнення конкретної інноваційної мети, узгоджених за ресурсами, термінами, виконавцями і документально оформлених.

Інноваційні проекти характеризуються високою невизначеністю на всіх стадіях здійснення, вони не застраховані від появи у будь-який момент більш перспективнішої новинки. Навіть ті, які успішно минули стадію впровадження у виробництво проекти можуть не бути прийняті ринком, і їх виробництво повинно бути припинено.

Поняття "інноваційний проект" може розглядатися як:

- форма цільового управління інноваційною діяльністю;
- комплект документів.

Як форма цільового управління інноваційною діяльністю інноваційний проект являє собою складну систему взаємозумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей (завдань) на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки. Як процес здійснення інновацій – це сукупність виконуваних у визначеній послідовності наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, що приводять до інновацій. У той же час

інноваційний проект – це комплект технічної, організаційно-планової і розрахунково-фінансової документації, необхідної для реалізації цілей проекту (на Заході для позначення цього аспекту проекту використовується термін "Design"). Найповніше і комплексно суть інноваційного проекту виявляється в його першому аспекті.

З огляду на всі три аспекти поняття "інноваційний проект» можна дати таке його визначення. *Інноваційний проект* – це система взаємопов'язаних цілей і програм їхнього досягнення, що являють собою комплекс науково-дослідних дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації і забезпечуючи ефективно вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках, і приводить до інновації. До основних елементів інноваційного проекту відносяться:

- однозначно сформульовані цілі і завдання, що відображають основне призначення проекту;
- комплекс проектних заходів щодо вирішення інноваційної проблеми і реалізації поставлених цілей;
- організація виконання проектних заходів, тобто ув'язування їх з ресурсами і виконавцями для досягнення цілей проекту в обмежений період часу і в рамках заданої вартості і якості;
- основні показники проекту (від цільових – з проекту в цілому до часткових – з окремих завдань, етапів, заходів, виконавців) у тому числі показники, що характеризують його ефективність.

Інноваційні проекти можуть формуватися як у складі науково-технічних програм, реалізуючи завдання окремих напрямів (завдань, розділів) програми, так і самостійно, вирішуючи конкретну проблему на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки.

Формування інноваційних проектів для вирішення найважливіших науково-технічних проблем (завдань) забезпечує:

- комплексний, системний підхід до вирішення конкретного завдання (мети науково-технічного розвитку);
- кількісну конкретизацію цілей науково-технічного розвитку і строге відображення кінцевих цілей та результатів проекту в управлінні інноваціями;
- безупинне наскрізне управління процесами створення, освоєння, виробництва і споживання інновацій;
- обґрунтований вибір шляхів найбільш ефективної реалізації цілей проекту;
- збалансованість ресурсів, необхідних для реалізації інноваційного проекту;
- міжвідомчу координацію й ефективне управління складним комплексом робіт із проекту.

Реалізація задуму інноваційного проекту забезпечується учасниками проекту. Залежно від виду проекту в його реалізації можуть брати участь від однієї до кількох десятків (іноді сотень) організацій. У кожній з них свої функції, ступінь участі в проекті й міра відповідальності за його долю. Разом з тим усі ці організації залежно від виконуваних ними функцій прийнято поєднувати в конкретні групи (категорії) учасників проекту.

*Замовник* – майбутній власник і користувач результатів проекту. В ролі замовника може виступати і фізична і юридична особа.

*Інвестор* – фізичні чи юридичні особи, що вкладають засоби в проект. Інвестор може бути і замовником. Якщо це не та сама особа, то інвестор укладає договір із замовником, контролює виконання контрактів і здійснює розрахунки з іншими учасниками проекту. Інвесторами в Україні можуть бути:

- органи, уповноважені управляти державним і муніципальним майном;
- організації і підприємства, підприємницькі об'єднання, громадські організації й інші юридичні особи усіх форм власності;
- міжнародні організації, іноземні юридичні особи;
- фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни.

Одним з основних інвесторів, що забезпечує фінансування проекту, є банк.



*Проектувальник* – спеціалізовані проектні організації, що розробляють проектно-кошторисну документацію. Відповідальною за виконання всього комплексу цих робіт звичайно є одна організація, названа генеральним проектувальником. За рубежом її найчастіше представляють архітектор чи інженер. Архітектор – це особа чи організація, що мають право професійно, на основі відповідним чином оформленої ліцензії виконувати роботу зі створення проектно-кошторисної документації. Інженер – це особа чи організація, що має ліцензію на заняття інжинірингом, тобто комплексом послуг, пов'язаних із процесом виробництва і реалізації продукції проекту.

*Постачальник* – організації, що забезпечують матеріально-технічне забезпечення проекту (закупівлі і постачання).

*Виконавець* (організація-виконавець, підрядчик, субпідрядник) – юридичні особи, що несуть відповідальність за виконання робіт відповідно до контракту.

*Науково-технічні ради* (НТР) – провідні спеціалісти з тематичних напрямів проекту, що несуть відповідальність за вибір науково-технічних рішень, рівень їхньої реалізації, повноту і комплексність заходів, необхідних для досягнення проектних цілей. НТР організує конкурсний добір виконавців і експертизу отриманих результатів.

*Керівник проекту* (у прийнятій на Заході термінології, проект-менеджер) – юридична особа, якій замовник делегує повноваження з керівництва роботами за проектом: планування, контроль і координація робіт учасників проекту. Конкретний склад повноважень керівника проекту визначається контрактом із замовником.

*Команда проекту* специфічна організаційна структура, очолювана керівником проекту і створювана на період здійснення проекту з метою ефективного досягнення його цілей.

Склад і функції команди проекту залежать від масштабів, складності й інших характеристик проекту.

Для виконання частини своїх функцій розроблювач може залучати спеціалізовані організації, а також *підтримувальні структури проекту* – це

організації різних форм власності, що сприяють основним учасникам проекту у виконанні завдань проекту й утворюють разом з ними інфраструктуру інноваційного підприємництва. До підтримувальних структур відносяться:

- інноваційні центри;
- фонди підтримки програм, проектів;
- консалтингові фірми;
- органи незалежної експертизи;
- патентно-ліцензійні фірми;
- аудиторські фірми;
- виставочні центри і т.п.

Різноманіття можливих цілей і завдань науково-технічного розвитку визначає і розмаїтість видів інноваційних проектів. Загальноприйнятої класифікації їх немає. Доцільно класифікувати інноваційні проекти за такими ознаками, як період реалізації проекту, характер цілей проекту, вид потреби, що задовольняється, тип інновацій і рівень прийнятих рішень.

Залежно від часу, затрачуваного на реалізацію проекту і досягнення його цілей, інноваційні проекти можуть бути:

- довгострокові (понад 5 років),
- середньострокові (3–5 років),
- короткострокові (менше ніж 3-х роки).

З погляду характеру цей проект може бути кінцевим, тобто відбивати мету вирішення інноваційної проблеми (завдання) в цілому, або проміжним, пов'язаним з досягненням проміжних результатів вирішення складних проблем. За видом потреб, що задовольняються, проект може бути орієнтований на існуючі потреби або на створення нових. Класифікація інноваційних проектів за типом інновацій допускає розподіл їх на:

- введення нового (радикального) або удосконаленого (інкрементального) продукту;
- введення нового чи удосконаленого методу виробництва;
- створення нового ринку;
- освоєння нового джерела постачання сировини або напівфабрикатів;

- реорганізація структури управління.

Приналежність інноваційного проекту до того чи іншого виду визначає його специфічний зміст і використання особливих методів формування й управління проектом. Разом з тим єдність проектних принципів дозволяє використовувати загальні методичні положення для управління інноваційними проектами.

Можна виділити три аспекти розгляду змісту інноваційного проекту:

- за стадіями інноваційної діяльності;
- за процесом формування і реалізації;
- за елементами організації.

Інноваційний проект охоплює всі стадії інноваційної діяльності, пов'язаної з трансформацією науково-технічних ідей у новий чи удосконалений продукт, впроваджений на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використаний у практичній діяльності, або в новий підхід до соціальних послуг. З погляду стадій здійснення інноваційної діяльності, проект містить у собі НДР, проектно-конструкторські і дослідно-експериментальні роботи, освоєння виробництва, організацію виробництва і його пуск, маркетинг нових продуктів, а також фінансові заходи.

В основі розгляду змісту інноваційного проекту за процесом його формування і реалізації, тобто технологічно, лежить концепція *життєвого циклу інноваційного проекту*, яка виходить з того, що інноваційний проект є процес, який відбувається протягом кінцевого проміжку часу. У такому процесі можна виділити ряд послідовних за часом етапів (фаз), що розрізняються за видами діяльності, які забезпечують його здійснення.

Інноваційний проект, розглянутий як процес, що відбувається в часі, охоплює такі етапи.

- *Формування інноваційної ідеї (задуму)*. Це процес зародження інноваційної ідеї і формулювання генеральної (кінцевої) мети проекту. На цьому етапі визначаються кінцеві цілі (кількісне оцінювання за обсягами, термінами, розмірами прибутку) проекту і виявляються шляхи їхнього

досягнення, визначаються суб'єкти й об'єкти інвестицій, їхньої форми і джерела.

- *Розробка проекту.* Це процес пошуку рішень з досягнення кінцевої мети проекту і формування взаємопов'язаного за часом, ресурсами і виконавцями комплексу завдань і заходів реалізації мети проекту. На цьому етапі:

- здійснюється порівняльний аналіз різних варіантів досягнення цілей проекту і вибір найбільш життєздатного (ефективного) для реалізації;

- розробляється план реалізації інноваційного проекту;

- зважуються питання спеціальної організації для роботи над проектом (команди проекту);

- виробляється конкурсний добір потенційних виконавців проекту й оформляється контрактна документація.

- *Реалізація проекту.* Це процес виконання робіт з реалізації поставлених цілей проекту. На цьому етапі здійснюється контроль виконання календарних планів і витрати ресурсів, коригування відхилень і оперативне регулювання ходу реалізації проекту.

- *Завершення проекту.* Це процес здачі результатів проекту замовникові і закриття контрактів (договорів). Цим завершується життєвий цикл інноваційного проекту.

Розглядаючи інноваційний проект за елементами організації, можна виділити в ньому дві частини:

- 1) органи управління формуванням і реалізацією проекту;

- 2) учасники інноваційного проекту.

Управління інноваційними проектами можна розглядати з трьох позицій:

- як систему функцій;

- як процес прийняття управлінських рішень;

- як організаційну систему.

З позицій функціонального підходу до управління інноваційними проектами, процес управління полягає в реалізації функцій. Кожна управлінська функція також являє собою процес, тому що також складається із

серії взаємозалежних дій. *Процес управління реалізується за допомогою всіх десяти функцій менеджменту. Як процес прийняття управлінських рішень управління інноваційними проектами являє собою виконання визначеної послідовності взаємозалежних етапів. При всій розмаїтості підходів до структуризації зазначеного процесу доцільно виділити такі основні етапи процесу прийняття рішень:*

- визначення цілей;
- формулювання обмежень і критеріїв ухвалення рішення;
- розробка альтернатив (пошук рішень);
- оцінювання і вибір альтернативи;
- реалізація рішення.

Істотною особливістю процесу ухвалення рішення є виконання на кожному етапі цього процесу інших етапів у різних поєднаннях. Це пов'язано з тим, що кожен етап цього процесу ухвалення рішення, в свою чергу, являє собою процес (мікропроцес) прийняття рішень, що потребує визначення мсти, пошуку рішень і т.д. і застосування відповідних методів обґрунтування і вибору рішень (принцип "колеса в колесі"). *Як організаційна система управління інноваційними проектами характеризується організаційною структурою, що включає склад і взаємозв'язок органів управління, регламентацію їхніх функцій, обов'язків, прав і відповідальності, технологію управління і побудованої таким чином, що всі органи управління забезпечують досягнення кінцевої мети проекту.*

З огляду на три розглянутих аспекти поняття "управління", можна дати таке його визначення. *Управління інноваційним проектом – це процес прийняття і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з визначенням цілей, організаційної структури, планування заходів і контролем над ходом їхнього виконання, спрямованих на реалізацію інноваційної ідеї.*

Управління інноваційними проектами повинно ґрунтуватися на сукупності науково обґрунтованих і перевічених практикою принципів. До основних принципів відносяться:

- *Принцип селективного управління.* Суть його полягає в підтримці проектів за пріоритетними напрямками розвитку науки і техніки й адресній підтримці інноваторів – авторів комплексних проектів.

- *Принцип цільової орієнтації проектів на забезпечення кінцевих цілей.* Цей принцип допускає встановлення взаємозв'язків між потребами в створенні інновацій і можливостями їхнього здійснення. При цьому кінцеві цілі конкретних проектів орієнтуються на потреби, а проміжні – на кінцеві цілі цих проектів.

- *Принцип повноти циклу управління проектами.* Цей принцип допускає замкнуту упорядкованість складових частин проектів як систем. Повний цикл процесу управління допускає всю сукупність рішень: від виявлення потреб до управління передачею отриманих результатів.

- *Принцип етапності інноваційних процесів і процесів управління проектами.* Цей принцип допускає опис повного циклу кожного етапу формування і реалізації проекту. Принцип етапності відображає властивість послідовного нагромадження інформації при виконанні етапів і стрибкоподібний, якісний перехід у новий стан при задоволенні зовнішніх вимог до завершення даного стану.

- *Принцип ієрархічності організації інноваційних процесів і процесів управління ними* допускає їхнє подання з різним ступенем діяльності, що відповідає певному рівню ієрархії. Усі рівні діяльності погоджуються один з одним так, що нижчий рівень підкоряється вищому, а стани (прийняті рішення, мета, проміжні і кінцеві результати) процесу на вищому рівні обов'язкові при визначенні станів на нижчому.

- *Принцип багатоваріантності при виробленні управлінських рішень.* Інноваційні процеси протікають під сильним впливом невизначених факторів, які необхідно враховувати в процесі управління. Для зниження ступеня невизначеності необхідний перехід до різноманітної підготовки альтернативних рішень про вибір складу кінцевих цілей проектів, альтернативних способів їхнього досягнення варіантів комплексного забезпечення робіт, включаючи

різний склад виконавців, вартість і тривалість виконання робіт, матеріально-технічні ресурси й умови стимулювання виконавців.

- *Принцип системності*, що полягає в розробці сукупності заходів, необхідних для реалізації проекту (організаційно-економічних, законодавчих, адміністративних, технологічних і т.д.), у взаємозв'язку з концепцією розвитку країни в цілому.

- *Принцип комплексності*. Тут мається на увазі, що розробка окремих пов'язаних між собою елементів проектної структури, що забезпечують досягнення підцілей, повинна здійснюватися відповідно до генеральної (загальної) мети того чи іншого проекту.

- *Принцип забезпеченості (збалансованості)*, який полягає в тому, що всі заходи, передбачені в проекті, повинні бути забезпечені різними видами необхідних для його реалізації ресурсів: фінансових, інформаційних, матеріальних, трудових.

Узагальнено цикл управління можна представити двома стадіями:

- розробка інноваційного проекту;
- управління реалізацією інноваційного проекту.

На першій стадії визначається мета проекту й очікувані кінцеві результати, дається оцінка конкурентоспроможності і перспективності результатів проекту, можливого ефекту, формується склад завдань і комплекс заходів проекту, здійснюється планування проекту й оформлення його.

Найважливішою на цій стадії є оцінка реалізованості проекту.

На другій стадії вибираються організаційні форми управління, зважуються завдання виміру, прогнозування й оцінки оперативної ситуації, що склалася після досягнення результатів, витрат часу, ресурсів і фінансів, аналізу й усуненню причин відхилення від розробленого плану, корекція плану.

## ***5.2. Етапи розробки інноваційних проектів***

Розробка інноваційного проекту включає етапи: формування ідеї; маркетингові дослідження і розробка параметрів кінцевої мети проекту;

визначення «дерева цілей» і «дерева робіт»; аналіз невизначеності і ризиків; вибір життєздатного варіанту реалізації проекту.

Відправним моментом є поява нової ідеї. Формування інноваційної ідеї і постановка мети проекту здійснюється паралельно з маркетинговим дослідженням. На цьому етапі аналізується економічна доцільність запровадження нового продукту, ступінь його комерційної цінності; вивчаються можливі споживачі, економічні і соціальні наслідки реалізації проекту.

Потім встановлюються параметри кінцевої мети інноваційного проекту, на основі яких формуються обсяг і послідовність дій. Кінцева мета структурується, тобто розбивається на окремі елементи. В результаті створюється ієрархічна послідовність досягнення цілей, так зване «дерево цілей». По кожному цільовому елементу розраховуються (встановлюються) обмежуючі параметри, які повинні бути обов'язково витримані при реалізації проекту. Побудоване «дерево цілей» на наступному етапі трансформується в аналогічно структуровану систему завдань і заходів, так зване «дерево робіт». Якщо «дерево цілей» встановлює необхідні засоби досягнення цілей проекту, то «дерево робіт» визначає шляхи і способи отримання цих засобів.

При побудові «дерева робіт» враховують можливості існуючої організації виробництва, традиційної техніки і технології; використання вже виконаних науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок; за необхідності планують нові дослідження або придбання ліцензій, патентів і інших новин, створених іншими організаціями.

Оскільки виконання інноваційних проектів пов'язане з ризиком і невизначеністю, обов'язково розглядаються різні варіанти реалізації проекту. По кожному з них розробляються заходи, що забезпечують досягнення у встановлені терміни поставлених цільових параметрів. Самий оптимальний варіант вибирається після порівняння розрахованих показників ефективності всіх наявних варіантів з урахуванням ймовірності їх реалізації.

В період реалізації проекту під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників може виникати необхідність зміни розрахункових планових параметрів проекту. Рішення про це ухвалюється на основі здійснюваного контролю за



реалізацією проекту. Контроль, що проводиться (у наперед визначених точках проекту, через рівні проміжки часу або після експертної оцінки ступеня виконання робіт і готовності проекту), дозволяє порівняти досягнуті результати із запланованими, виявити відхилення, прогнозувати наслідки ситуації, що склалася, і здійснити коригуючі дії.

Схема послідовності дій (за Н. М.Авсянниковим) під час розробки інноваційного проекту наведена на мал. 5.1.



Мал. 5.1. Схема розробки інноваційного проекту за Н. М.Авсянниковим

Управління інноваційними проектами відрізняється від управління звичайними інвестиційними лише тим, що вимагає більш глибокої оцінки ризиків і вибору шляхів їх зниження, а також можливим включенням етапу венчурного фінансування.

Щоб ухвалити обгрунтоване рішення, визначити обсяг необхідних інвестицій, необхідне економічне обгрунтовування — бізнес-план. У ньому описуються основні аспекти майбутньої інноваційної програми, аналізуються всі проблеми, з якими можна зіткнутися, а також можливі способи їх вирішення. Бізнес-план дозволяє оцінити і обгрунтувати реалізацію проекту в умовах конкуренції. Зміст бізнес-плану залежить від характеру проекту — чи відноситься він до сфери послуг або до виробничої сфери, а також від

масштабу, проте у будь-якому випадку він повинен давати повне уявлення про проект. Звичайно бізнес-план включає дев'ять розділів.

1. *Вступна частина.* Вона повинна бути короткою і змістовною. Пишеться після складання плану. Окрім назви, адреси компанії, її організаційно-правової форми, складу учасників даються характеристика проекту, його основні цілі, вказуються вартість і потреби у фінансуванні.

2. *Аналіз стану справ стосовно робіт, що проводяться, за проектом.* В цьому розділі дається аналіз поточного стану, тенденцій і прогнозу розвитку сфери застосування інновацій (туризм, засоби розміщення). Перераховуються сильні і слабкі сторони останніх новин і можливих конкурентів, а також ймовірні категорії споживачів, на яких розрахований проект.

3. *Сутність пропонованої програми.* Необхідно дати чітке визначення і опис нового або вдосконаленого продукту (послуга, технологія, напрям поїздок), який буде запропонований на ринку, його унікальність або відмінні риси. Слід вказати деякі аспекти необхідних змін для виробництва і надання цих послуг і можливості їх вдосконалення.

4. *Аналіз ринку і план маркетингу.* В цій частині бізнес-плану слід визначити ринок або його сегмент, де можна організувати успішну реалізацію пропонованого продукту, і передбачувану структуру можливих споживачів послуги. Необхідно оцінити конкурентоспроможність нового продукту за якістю, ціною, каналами реалізації і іншими показниками, можливостями конкурентів. Вказуються також конкретні деталі маркетингової стратегії: способи просування продукту, реклами, політика цін і ін.

5. *Виробничий план.* Вказуються виробничі процеси, застосовані інформаційні технології, необхідне додаткове устаткування для оснащення робочих місць, кількість нових співробітників, нових точок продажів і інші питання, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукту.

6. *Організаційний план.* Вказується форма власності компанії, наводиться її структура, схема організації продажів продукту, кількість і кваліфікація персоналу (необхідність його навчання, залучення консультантів із сторони).

Якщо буде потрібна перебудова структури управління організацією, слід дати обґрунтування змін.

7. *Оцінка ступеня ризику.* Об'єктивно описуються основні характеристики ризиків, пов'язані з реалізацією проекту, наявність реальних і можливих потенційних загроз, що представляють небезпеку для компанії, можливості подолання ризикових ситуацій.

8. *Фінансовий план.* Найважливіша складова частина бізнес-плану, він включає: плановані обсяги продажів, доходи і витрати, прогноз грошових надходжень і прибутки в найближчі два-три роки, баланс витрат і доходів на перший рік, інші показники.

9. *Додатки.* Включають документи, що згадуються в бізнес-плані або розкривають зміст інноваційної програми.

Ефективність інноваційного проекту звичайно оцінюється виходячи з фінансових, соціальних і інших вигод, які отримують його учасники. Розрізняють комерційну, бюджетну і народногосподарську ефективність. *Комерційна ефективність* відображає фінансові наслідки реалізації проекту для його безпосередніх учасників; *бюджетна* — фінансові наслідки здійснення проекту для федерального, регіонального і місцевого бюджетів; *народногосподарська* враховує витрати і результати, пов'язані з реалізацією проекту, для галузі або національної економіки в цілому.

### **5.3 Сучасні види та форми туризму**

Змінюються характер і структура туризму. Нові технології дають можливість гнучко і сегментовано організувати проведення відпустки, конкурентоздатної з традиційною пропозицією. На зміну масовому, стандартному і комплексному туризму приходять його нові види, розроблені на замовлення, виходячи з попиту.

На практику нового туризму впливають такі чинники, як демографічні зміни (старіння населення), стиль життя, характер роботи, частота і тривалість відпусток. Люди прагнуть нових і нестандартних подорожей. Їх зростаюча обізнаність, нові потреби стимулюють туристичний бізнес, спонукають до

інновацій і нововведень. Більшість інноваційних туристичних продуктів має свої ніші на ринковому просторі (наприклад, екологічний, пригодницький, екстремальний туризм). Стійко популярний і культурно-пізнавальний туризм, в якому з'явилися інноваційні продукти.

Туристичні підприємства завжди були і зараз є активними прихильниками нових технологій. Як вже наголошувалося, сучасні досягнення у сфері телекомунікацій і електронного маркетингу забезпечують нові можливості для туристського бізнесу й істотно впливають на його моделі.

Новітні технології сприяють упровадженню е-туризму (e-tourism) і е-мандрівок (e-travel) і туристичних інформаційних систем.

*Е-туризм* — це служба онлайн, що забезпечує прямі продажі туристичних послуг кінцевим споживачам і об'єднує виробників, турагентів і посередників (B2B).

*Е-мандрівки* — це інформаційна служба онлайн, що консультує з усіх питань, які можуть виникнути під час планування туристичних поїздок і подорожей.

*Туристичні інформаційні системи* обслуговують і надають інформаційну підтримку організаціям, які займаються е-туризмом і е-мандрівками. Інформація, отримувана з цих джерел, може служити початковим відліком для планування подорожей, зіставлення цін і динамічного компонування турів.

*Динамічне компонування туру* (пекидж-тур) дає можливість в масштабі реального часу складати, на вимогу споживача або агента, що продає послуги, різні комбінації поїздки з єдиною ціною на весь пакет послуг, включених в тур. Мандрівники можуть складати свою поїздку, вибираючи певні види транспорту і рейси, готелі, набір екскурсій, одноразово оплачуючи весь пакет замовлених послуг.

Можливість створювати пекидж-тури за замовленням призвела до появи тенденції постійного зростання продажів послуг, поєднаних в один пакет. В 2004 р. питома вага покупців онлайн, які використовували динамічне компонування туру, досягла 33%, при цьому кількість споживачів онлайн, що купували підготовлені заздалегідь пекидж-тури, скоротилося до 13%.

У даний час у світі діє альянс Travel Industry's Leading Specifications Publication Organization (OTA), в який входять 150 організацій зі всіх секторів туристської сфери. Альянс є некомерційною організацією, яка працює над створенням єдиної електронної мови для користування при обміні туристською інформацією. Недавно альянс уклав угоду зі Всесвітньою туристською організацією про об'єднання зусиль і взаємодію.

Системний підхід в розвитку туризму виявився у виборі напрямів поїздок — *дестинацій*. *Дестинація* — це місце (територія) відвідин, що приваблює туристів своїми специфічними природними і рекреаційними ресурсами, визначними пам'ятками, історичною і культурною спадщиною.

Дестинації можуть бути різних розмірів, починаючи від території всієї країни і закінчуючи маленьким містечком або селищем (наприклад, Великий Устюг — батьківщина Діда Морозу). Послуги, пропоновані дестинаціями, є суспільними ресурсами, включаючи ландшафти, що охороняються, це можуть бути заповідники земель для сільськогосподарського використання і ін. Місцевий колорит додає їм яскраво виражену привабливість, а специфічні атракціони і визначні пам'ятки — унікальність.

Мандрівники вибирають той напрям поїздки, який, найбільше підходить для задоволення їх потреб. Вони готові платити за блага, що надаються їм, причому готовність платити зростає залежно від унікальності місця перебування.

Частка дестинацій залежить від багатьох умов. Це місцезнаходження і потенціал ринкових ресурсів, транспортна доступність, рівень цін і їх сезонні коливання і т.д. Дестинації мають свій життєвий цикл, залежний від згаданих умов, традицій, моди на певні види відпочинку і туристичних послуг. Типовим прикладом життєвого циклу дестинацій є Альпи. Ця туристична зона була дуже популярна після Другої світової війни і до 1980-х рр., коли увійшов до моди швидкісний спуск на лижах, що викликав розвиток комплексної туристичної індустрії. Проте життєвий цикл швидкісного спуску на лижах практично завершується. Розвиток нових ніш туристичного ринку, таких, як катання на сноубордах, призвело до втрати значної частки ринку швидкісного спуску,

з'явилися нові сучасно оснащені центри різноманітного зимового відпочинку. Крім того, у наш час турист може вибрати між зимовим спортом в Альпах і дайвінгом в Південній півкулі, і часто перевага віддається останньому.

Майбутнє традиційних дестинацій багато в чому залежить від туристичної політики, орієнтованої на інновації. Така політика повинна допомогти розширити життєвий цикл туристичних продуктів і послуг і досягти постійних показників зростання.

Країни традиційного туризму витратили останні 50 років на розвиток індустриальних методів, щоб задовольнити туристичний попит, його зростаючу інтернаціоналізацію і появу нових конкурентних регіонів.

Інновації в туризмі часто складаються з серії невеликих кроків, які ведуть до поступового розвитку і є процесом зі зворотним зв'язком. В передових туристичних компаніях інновації програмуються і є стандартною складовою при ухваленні рішення про подальший розвиток. Для того, щоб не бути захопленими зненацька несподіваними інноваціями на ринку, компанії виділяють частину свого бюджету на дослідження і розвиток. Інноваційний процес стає передбаченим.

Усі види туризму, як правило, переплітаються між собою, і виділити їх у чистому вигляді майже не можливо. Завданням туристичних фірм є надання клієнту максимуму можливостей суміщати різні види туризму в одній подорожі, а отже, і задовольняти різні мотивації.

Критерій поділу туристичних подорожей згідно з основною метою має вирішальне значення, оскільки мета подорожі найбільше впливає на формування туру, вибір маршруту подорожі, а отже, організацію туристського обслуговування. Турист, мандруючи, може ставити перед собою декілька цілей, але одна з них буде основною й домінуючою, саме за нею і визначається вид туризму. Дуже складно чітко і остаточно поділити всі туристичні подорожі на окремі види, тому в світі немає єдиної класифікації. Ті, що існують у спеціальній літературі, мають більші або менші розбіжності, але в цілому узгоджуються між собою.

Отже, *залежно від мети подорожі* визначено наступні види туризму:

- пізнавальний (екскурсійний) - це подорож із метою ознайомлення з природними, історико-культурними визначними пам'ятками, музеями, театрами, життям і традиціями народів у країні відвідування;
- рекреаційний - подорож із метою відновлення життєвих сил людини, часто таку подорож називають оздоровчою;
- розважальний - це мандрівка з метою розваг та відпочинку;
- релігійний - це подорож; із метою ознайомлення з релігійними центрами та їх святинями (оскільки цей вид туризму пов'язаний з певними особливостями організації, то він є ще й спеціалізованим) ;
- освітній - це подорож із метою отримання освіти, зараз його вважають одним із спеціалізованих видів туризму;
- етнічний - це мандрівка з метою відвідання родичів, могил предків;
- екзотичний пов'язаний з відвіданням екзотичних природних місцевостей та місць проживання народностей з нетиповою для туриста культурою та побутом;
- екстремальний - це подорож із метою отримання гострих відчуттів. Відповідно елементи екстремальності можуть включати такі види туризму, як альпінізм, спортивний, пригодницький туризм, спеліотуризм, гірськолижний, сафарі тощо;
- івент-туризм - подорож із метою відвідання певних заходів, як-то: фестивалів, карнавалів, спортивних змагань або інших акцій;
- гірський - це мандрівка гірською місцевістю, може вважатися різновидом спортивного, екстремального;
- пригодницький туризм пов'язаний не тільки з перебуванням у незвичній місцевості, але і заняттям незвичайним видом діяльності, як-то: полюванням, долаванням перешкод, рибною ловлею, яхтингом, тощо.

***За терміном, подорожі:***

- поїздки вихідного дня (вікенди), як правило, це подорожі, що здійснюються на вихідні та святкові дні і мають термін не більше 2-3-х днів;
- середнього терміну, які тривають від одного тижня до одного місяця, такі

подорожі найбільш популярні серед туристів;

- довготермінові - до 6 місяців (як правило, це подорожі з метою освіти, паломництва або лікування).

***Залежно від засобу пересування та виду транспорту:***

- пішохідний - вся мандрівка здійснюється туристом пішки;
- лижний - основним засобом пересування на маршруті є лижі;
- кінний - подорож; здійснюється за допомогою коней;
- на санях - туристи долають більшість маршруту на санях за допомогою коней, собак та оленів;
- вело-мототуризм - основними засобами пересування є велосипеди, мопеди та мотоцикли, ці транспортні засоби в багатьох країнах світу практикуються для поїздок у вихідні та святкові дні;
- автотуризм - це подорож, яка здійснюється за допомогою автомобіля. Характерною рисою цього виду туризму є висока рухливість та відносна свобода пересування. Розвиток автотуризму вніс істотні зміни в формування підприємств розміщення туристів, покликавши до життя специфічні форми обслуговування - мотелі, кемпінги, шляхові магазини і ресторани;
- авіатуризм передбачає переміщення основної частини маршруту повітряними транспортними засобами. Основною перевагою використання авіації при організації туризму є висока швидкість руху, що дозволяє за короткий час долати великі відстані. Для країн, віддалених від основних туристичних регіонів, характерне абсолютне переважання авіації в перевезеннях пасажирів. Так, в Австралії частка авіаційних перевезень туристів складає 99,5 %, у Нової Зеландії - 98,6 %, у Японії - 97,5 %;
- подорожі залізницею почали активно розвиватися ще в ДГХ ст. і вважаються одними із дешевих та безпечних, ці переваги вони мають й тепер. Перспективи розвитку таких подорожей бачаться у формуванні туристських потягів більш спеціалізованим і комфортним рухомих складом;



- морський (річковий) туризм - це подорож, яка здійснюється за допомогою водних видів транспорту. Річковий і морський туризм мають різний потенціал. Якщо морський круїзний туризм (теж: відноситься до спеціалізованих видів) активно розвивається і для його подальшого розвитку створено потужну індустрію, то річкові круїзи - малопоширений у світовій практиці вид туризму. Популярність круїзів пояснюється тим, що під час однієї мандрівки турист може реалізувати декілька цілей, наприклад, поєднати відпочинок з екскурсіями, екстремальними ситуаціями тощо. Як правило, круїз здійснюється по кільцевому маршруту, під час якого туристам крім транспортних послуг, надаються послуги розміщення, харчування, перегляду музичних програм і фільмів, користування басейнами, спортзалами, катками, казино;
- подорожі на повітряних кулях здійснюються згідно з визначеним маршрутом і терміном, як правило, на недалекій відстані.

***Відповідно до сезону розрізняють:***

- зимовий туризм - це подорожі, що здійснюються зимою;
- літній туризм передбачає мандрівку в літній сезон;
- подорожі в міжсезоння (осінь, весна). У зв'язку з тенденцією рівномірного завантаження туристичної індустрії тепер у багатьох країнах світу спостерігається стимулювання організації подорожей у міжсезоння. Наприклад, освітній, конгрес-туризм, корпоративний, пізнавальний, івент-туризм, етнічний можуть бути організовані в міжсезоння, тим паче, що і ціни на туристські послуги в цей час знижені, отже, і загальна вартість буде більш привабливою для споживача.

***За рівнем організованості:***

- самодіяльний туризм - мандрівка туристів, які не зв'язані ніякими взаємними зобов'язаннями з туристичною фірмою, самі розробляють маршрут і програму подорожі;
- організований (плановий) - це подорож окремого туриста або групи за попередньо розробленою туристичною фірмою програмою. Організовані

туристи забезпечуються необхідним туристським сервісом, що обумовлюється в заздалегідь придбаних турах.

***Відповідно до демографічного та соціального складу учасників подорожі:***

- дитячий;
- шкільний;
- молодіжний;
- подорожі для людей похилого віку;
- подорожі для інвалідів;
- сімейний.

***За спрямованістю туристських потоків:***

- в'їзний у межах певної країни; в'їзний іноземний (активний);
- виїзний за кордон (пасивний);
- виїзний внутрішній.

***Відповідно до принципу оплати розрізняють:***

- комерційний туризм, що передбачає оплату подорожі самим туристом;
- соціальний туризм базується на частковій або повній оплаті туристичної подорожі відповідними установами або організаціями, а мандрівник, як правило, сплачує певний відсоток від вартості туру. Яскравим прикладом соціального туризму була організація радянського туризму в структурі профспілок, коли ті сплачували за путівки 90 %-70 % від їх вартості;
- інсентив-туризм передбачає часткову оплату туру для свого співробітника туристичною фірмою, що водночас може розглядатись як засіб стимулювання праці співробітників туристичної фірми.

***За спеціалізованою організацією:***

- альпінізм;
- релігійний (паломництво);
- спортивний туризм;
- освітній;
- лікувальний;
- івент-туризм;

- спелеотуризм;
- екологічний;
- етнографічний;
- конгрес-туризм;
- круїзи;
- сафарі.

Уперше термін *спеціалізований туризм* з'являється в роботі М.П. Крачила, у якій автор ототожнює його з пізнавально-діловим. Пізнавально-діловий, або спеціалізований, туризм охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або професійними інтересами. Це можуть бути інженери, лікарі, педагоги, спеціалісти сільського господарства та інші особи, котрі здійснюють туристичні подорожі за спеціальними програмами та маршрутами. До них можна віднести туристів, які налагоджують ділові контакти, вчених, спеціалістів, які беруть участь у роботі конференцій, конгресів, асамблей, симпозіумів, семінарів, а також осіб, які приїхали до рідних на відпочинок.

Проаналізувавши вище наведене визначення, враховуючи зміни та вимоги теперішнього часу - ставлення до туризму як до галузі економіки, С.В. Дутчак та М.В. Дутчак запропонували таке визначення поняття: «спеціалізований туризм» - це система окремих сегментів туризму, в основу виділення яких поставлена певна мета подорожі.

Але щоб більше конкретизувати поняття, варто сказати, що спеціалізовані види туризму відрізняються від традиційних більшими вимогами до організації турів, потребою в наявності певних туристичних ресурсів. Отже, враховуючи вище сказане, можна запропонувати наступне визначення поняття:

***Спеціалізований туризм - система видів туризму, які визначені окремими сегментами, в основу виділення яких поставлена певна мета подорожі, а сама мандрівка вимагає спеціальної організації та відповідних туристичних ресурсів.***

Усі відомі сьогодні спеціалізовані види туризму можна умовно поділити на традиційні та новітні. До традиційних слід віднести: релігійний, спортивний, лікувальний, освітній туризм та альпінізм. До новітніх: екологічний,

екстремальний, етнографічний, конгрес-туризм, івент-туризм та спелеотуризм інші види, кількість яких збільшується з часом.

Згідно з історичними джерелами релігійний туризм з'явився у XIX ст., коли, крім об'єктів історико-культурної спадщини туристи почали відвідувати і культові споруди різних релігій, при цьому людина, яка відвідувала храм чи спостерігала релігійне свято, не обов'язково мала належати до конфесії, якій належав сам храм. Зрозуміло, що туристи, які практикували відвідання релігійних центрів, повинні були дотримуватись відповідних норм поведінки, щоб не ображати почуттів віруючих відвідувачів певного храму. Тобто поведінка, одяг туриста за встановленими нормами майже не відрізнялися від вигляду паломника. У чому ж різниця між туристом, що здійснює тур релігійними центрами, та паломником, між; релігійним туризмом і паломництвом?

Паломництво - це один із найдавніших видів подорожей. Особливо паломництво набуло масового характеру як до місцевих, так і до головних релігійних центрів, коли сформувались основні світові релігії: християнство, іслам, буддизм.

***Паломництво - це подорож із метою відвідання святинь та виконання релігійних призначень, які чітко визначені певним релігійним культом, що, в свою чергу, ґрунтується на вірі людини.***

Тобто справжнім паломником може бути тільки віруюча людина. Назва «паломництво» походить від звичаю віруючих приносити з Палестини пальмову гілку. Паломників слід відрізнити від пілігримів, хоча вони могли бути й паломниками. Все ж пілігрими - це люди, які обирають подорож; способом життя, тобто більшість часу вони проводять у подорожах. У російській мові цьому поняттю відповідає слово «странник». Види даного сегменту паломництва можна виділити відповідно до віросповідання. Основними з них є: християнство, іслам, іудаїзм, буддизм, індуїзм, синтоїзм та інші.

Підґрунтям паломництва є вірування, що молитва чи обряд пов'язані з певним місцем їх здійснення, природним чи рукотворним об'єктом, який має

певне відношення до божества або певного явища. Святими можуть бути об'єкти природного походження: вершини гір, скелі, ріки, озера, джерела, печери тощо. До рукотворних святинь відносяться храми, ікони, місця, пов'язані з принесенням жертв, місця погребіння, також різні речі, які належали святим та з часом стали реліквіями.

Основними завданнями паломництва є:

- здійснення релігійного обряду або участь у ньому;
- поклоніння святому місцю, храму, іконі, мощам;
- духовне вдосконалення;
- отримання благодаті, зцілення (духовного або фізичного), поради (наприклад, в Оптину Пустинь приходили до старців, щоб отримати пораду та благословення);
- досягнення політичних або інших цілей, отримання прав на лідерство або поважний статус у релігійній общині, що особливо характерно для мусульманських країн. (Наприклад, мусульман, що здійснили хадж до Мекки і Медини шанобливо називають «хаджа», тобто той, хто здійснив хадж, така людина отримувала поважний статус у релігійній общині, з нею радилися, часто їй надавали повноваження лідера громади);
- виконання обітниці або спокутування гріхів (епітимії) для прощення гріхів;
- за наказами інших авторитетних осіб або виконання їх доручень;
- поглиблення релігійної освіти.

В основі паломництва лежить віра, любов та до святині. Як відомо протестанти, які не вшановують святинь, не практикують паломництва. Щоб здійснити паломництво, треба попередньо до нього готуватись, виконувати певні релігійні призначення, як-то: молитви, дотримання посту, утримання від гніву, роздратування, осуду, розваг, зберігати душевну рівновагу. Той, хто вперше вирушає в паломництво, повинен порадитись зі священником або з людиною, яка вже здійснила паломництво, щоб дотримуватись певної поведінки під час подорожі та відвідання святих місць, форми одягу, вимог до харчування тощо.

Кожна релігія, конфесія має свої головні та регіональні центри паломництва, без яких, власне, воно було б неможливим. У сучасному світі найважливішим центром паломництва став Єрусалим, оскільки там знаходяться святині трьох світових релігій:

- християнства - храм Гробу Господнього;
- іудеїв - Стіна Плачу на місці зруйнованого храму Соломона;
- мусульман - знамениті мечеті Омара (або купол, Скелі) та Ааль-Акса, північному крилі якої знаходиться місце Маком Азіз, де, згідно з переказами пророк Мухамед вознісся на небо.

У сучасній туризмології розрізняють такі види туризму, що пов'язані з поліпшенням здоров'я, як: рекреаційний, оздоровчий та лікувальний, але власне останній є одним із спеціалізованих видів туризму зі своїми особливостями, курортною індустрією та фахівцями, що можуть професійно й ефективно лікувати відвідувачів, наявними природними ресурсами. Зрозуміло, що лікувальний і оздоровчий туризм часто поєднують, або взаємозамінюють через споріднену мету подорожі та реалізацію цієї мети на основі використання однієї бази. Рекреаційний туризм - це здебільшого відпочинок з метою відновлення життєвих сил людини. Безумовно, що більш ефективним для здоров'я буде відпочинок ближче до природи в екологічно чистій місцевості, але для рекреаційного туризму не є обов'язковим здійснювати подорож; на курорти, відпочинок на яких та ще й у найкращий сезон завжди був недешевим.

**Лікувально-оздоровчий туризм - це подорож до курортних місцевостей з метою оздоровлення та лікування.** Лікувально-оздоровчі методики поділяються на основні: **кліматотерапія** (лікування за допомогою сприятливого клімату); **бальнеотерапія** (мінеральними водами); **пелоїдотерапія** (грязями) і додаткові: **таласотерапія** (морською водою); **аеротерапія** (гірським повітрям); **спелеотерапія** (мікрокліматом печер); **фітотерапія** (мікрокліматом фітоценозів, тобто сукупністю певного набору рослин).

Лікувально-оздоровчий туризм поділяється на лікувальний, метою якого є власне лікування, терапія, реабілітація після захворювань, і профілактичний,

спрямований на підтримку організму в здоровому стані і збереження балансу між; фізичним та психологічним здоров'ям людини.

Лікувально-оздоровчий туризм має ряд відмінних рис. По-перше, перебування на курорті повинно бути тривалим, не менш трьох тижнів. Тільки в цьому випадку досягається бажаний оздоровчий ефект. По-друге, лікування на курортах коштує дорого. Хоча останнім часом стали розроблятися порівняно дешеві тури, цей вид туризму розрахований в основному на заможних клієнтів, які все більше орієнтуються не на стандартний набір медичних послуг, а на індивідуальну програму лікування. Ще одна особливість полягає в тому, що на курорти їдуть люди старшої вікової групи, коли загострюються хронічні хвороби або організм, що слабшає, не в силах справлятися із щоденними стресами на роботі й у побуті. Відповідно ці туристи роблять вибір між курортами, що спеціалізуються на лікуванні конкретного захворювання, і курортами змішаного типу, які стимулюють організм і сприяють відновленню сил.

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування й відпочинку осіб похилого віку й стають поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів. Сучасні трансформації курортних центрів зумовлені двома обставинами. Насамперед зміною характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. Престижним стає здоровий спосіб життя, і в усім світі зростає кількість людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму й мають потребу в ефективних антистресових програмах. В основному це люди середнього віку, що віддають перевагу активному відпочинку й обмежені в часі.

Друга причина переорієнтації курортів полягає в тому, що традиційна їх підтримка, у тому числі фінансова, з боку муніципалітетів і держави скорочується. Здравниці змушені вдосконалювати свій продукт, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку й залучити додаткових клієнтів. Зберігаючи лікувальну функцію, курорти роблять більш різноманітною програму перебування пацієнтів, проводять культурні й спортивні заходи. Вони пропонують

широкий вибір комплексів оздоровчих і відновлювальних послуг. Дуже популярна останнім часом у приморських готелях таласотерапія, користуються підвищеним попитом також програми типу «Фіто-Краса-Омолодження». Більш гнучкою стає тривалість курсів лікування й оздоровлення.

Традиційно розрізняють наступні типи курортів: бальнеологічні, грязьові й кліматичні. На **бальнеологічному курорті** як головний лікувальний фактор використовують природні мінеральні води. Вони рекомендуються для зовнішнього (ванни) і внутрішнього (пиття, інгаляції) споживання. Мінеральні води допомагаютьвилікуватися від численних недуг. Серед пацієнтів, що приїжджають на бальнеологічні курорти, переважають люди із захворюваннями шлунково-кишкового тракту, серцево-судинної й нервової систем, опорно-рухового апарату.

**Грязьові курорти** функціонують на основі родовищ лікувальних грязей (пелоїдів). Грязелікування показане переважно при патології суглобів, нервової системи травматичного походження.

**Кліматичні курорти** настільки ж різноманітні, як і сам клімат. Лісові (рівнинні), гірські, приморські, кумисолікувальні - коленому з них властива унікальна комбінація клімато-погодних факторів (температура, атмосферний тиск, сонячне випромінювання тощо), які використовуються з лікувально-профілактичною метою. Від сполучення цих факторів залежить профіль курорту. Якщо лісові курорти з характерним для них континентальним кліматом приймають головним чином осіб, що страждають захворюваннями верхніх дихальних шляхів, астмою, розладами нервової системи, то перебування на гірських курортах рекомендується при початкових формах туберкульозу й недокрив'ї.

Найпоширеніший тип кліматичних курортів - **приморський**. Усе більше й більше туристів відкривають для себе можливість поєднувати відпочинок на морі з ефективним лікуванням. Морський клімат дозволяє впоратися з багатьма недугами. Він впливає на людей із захворюваннями крові, кісткової тканини, лімфатичних залоз. Сучасні медики стверджують, що склад морської води - те саме, що плазма крові, а тому при температурі 37 градусів обмін речовин



відбувається на клітинному рівні. Тобто організм природним чином усмоктує всі доброякісні мінеральні компоненти з морської води. Завдяки цьому досягається одна з цілей таласотерапії: дати утомленому організму людини відсутні мікроелементи, особливо йод, сірку, калій і кальцій. Для центрів таласотерапії воду беруть на відстані 400-500 метрів від берега і на глибині п'ять-шість метрів. Вона чиста і багата мінеральними солями та мікроелементами.

Ще один із різновидів кліматичних курортів - *кумисолікувальні курорти*. Вони розташовані в зоні степів і відомі своїм комбінованим методом лікування, що поєднує цілющі властивості посушливого степового клімату й кумису - кисломолочного напою та спеціалізуються на лікуванні туберкульозу, захворювань органів травлення, сприяють оздоровленню лімфатичної системи. Кількість кумисолікувальних курортів у світі невелика. Значна їх частина (приблизно половина) знаходиться в Російській Федерації (Аксаково, Алкіно, Чехово, Юматово), а також; у колишніх радянських республіках (Казахстан, Туркменістан).

Крім трьох основних типів курортів, бальнеологічних, грязьових і кліматичних, виділяються перехідні курорти, що займають проміжне положення. Вони використовують відразу кілька природних лікувальних факторів, наприклад, мінеральні води й грязі або клімат і мінеральні води, тому не можуть бути віднесені до якогось одного із трьох типів. Такі курорти можна назвати змішаними, або двотиповими. Наприклад, бальнеокліматичними курортами є: Велінград, Горна Баня (Болгарія), Криниця, Чернява-Здруй (Польща), Гарячий Ключ, (Росія), Трускавець, Свалява (Україна).

Основними курортними регіонами України є Карпати й АР Крим. Більшість санаторно-курортних закладів України спеціалізується на лікуванні захворювань системи кровообігу, нервової системи, органів дихання, опорно-рухового апарату та органів травлення. Щоб привернути увагу іноземних туристів, українським курортам необхідно вирішити ряд проблем пов'язаних з фінансуванням, управлінням та модернізацією.

XX століття розширює географію освітнього туризму, а сам він - межі світогляду та світосприйняття молодшої людини, стає чинником активізації інтересу до культурного спадку та традицій.

***Освітній туризм - це поїздка з метою отримання певної освіти.***

Виходячи із цього визначення, сфера освітнього туризму охоплює усі види навчання та освіти, які здійснюються поза межами постійного місця проживання.

Мета освітнього туризму - отримання освіти або її доповнення у відомих освітніх центрах світу, формування людини, здатної до активної та ефективної життєдіяльності у багатонаціональному полікультурному середовищі. Особливо популярними в наш час є освітні тури до відомих мовних шкіл з метою вивчення іноземних мов у автентичному мовному середовищі.

Освітні тури поділяються на:

- подорожі, що передбачають отримання освіти у всесвітньовідомих навчальних центрах (Оксфорд, Кембридж, Сорбонна, інші), які тривають декілька років, але поділені на семестри;
- «мовні тури», що передбачають вивчення іноземної мови у відповідному мовному середовищі. В основному такий тур триває від 1 до 6 місяців, туристи навчаються в мовних школах, а мешкають у сім'ях, щоб мати можливість спілкуватися з носіями певної мови;
- стажування передбачає навчання за відповідними програмами для отримання відповідної кваліфікації;
- навчання в майстер-класах, метою яких є обмін досвідом та отримання нової професійно важливої інформації;
- спеціалізовані екскурсійно-ознайомлювальні мандрівки за різними маршрутами, пов'язаними з відвіданням центрів краси, виноробства, етнографічного мистецтва тощо.

За формами освітній туризм може передбачати:

- виїзні табори;
- екскурсійні поїздки;
- комплексні проекти;

- дослідницькі проекти;
- заняття в музеях;
- багатоденні тури;
- заочні екскурсії;
- короткострокові мовні курси.

Згідно з останніми науково-практичними розробками та дослідженнями туристичного ринку *екологічним туризмом є подорож до місцевостей з мінімально зміненим природним середовищем та максимальною відмовою від продуктів і послуг техногенної цивілізації в рамках якої можлива рекреація з елементами екологічної освіти та проведення природоохоронних заходів.*

Екологічний туризм сприяє розумінню законів природного середовища території, її теперішнього стану та тенденцій розвитку як самостійного, так і під впливом сучасної цивілізації. Цей вид туризму дозволяє краще зрозуміти роль і місце людини в природі, її вплив на довкілля, з'ясувати залежність людини від навколишнього середовища

Екотуризм поліпшує імідж; регіону, сприяє охороні природної території, є однією із форм екологічного виховання населення, розвитку місцевих ремесел та збереження традицій регіону, виховує патріотизм і гордість за свій край, сприяє гармонійному розвитку особистості.

Як і до будь-якого виду туризму, так і до екологічного, суспільство виставляє ряд вимог, а саме:

- екотуризм повинен базуватися на раціональному використанні природних ресурсів;
- бути екологічно стійким, тобто не завдавати шкоди навколишньому середовищу;
- сприяти природоохоронним заходам та підвищувати екологічну культуру населення;
- бути екологічно ефективним і забезпечувати стійкий розвиток регіонів.

Екологічний туризм належить до групи природоорієнтованого туризму і, в свою чергу, поділяється на декілька підвидів: еколого-географічний, еколого-

краєзнавчий, етно-екологічний, ландшафтно-екологічний, еколого- ботанічний, зооекологічний.

Усі підвиди екологічного туризму об'єднують два важливих моральних принципи. По-перше, самою метою екотуризму передбачене пряме спілкування з природою без сучасного сервісу та міського комфорту з мінімальними послугами сучасної цивілізації. Завдяки цьому розвиток екотуризму не потребує (на відміну від інших видів туризму) могутньої інфраструктури, великих капіталовкладень, вторгнення техніки і технологій у природні зони. По-друге, мета і форми екотуризму передбачають мінімізацію шкоди, завданої навколишньому середовищу.

Практичне використання цих двох важливих принципів і дає право на те, щоб називатися саме «екологічним» туризмом. А це означає особливу філософію, особливе мислення, спрямоване на гармонійне співіснування людини з природою. Відомо, що саме природа, особливо недоторкана, не зіпсована людською діяльністю, є основним джерелом оздоровлення та зцілення людини. Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю. Синонімом поняття «екотуризм» є зелений туризм, природничий туризм. Виділяються такі форми екотуризму: активний екотуризм (піший, велосипедний, водний, кінний, рибальство) та більш пасивна форма, де турист веде спостереження, зйомку (фауністичні, флористичні, орнітологічні та тематичні поїздки).

Екологічний туризм - особливий сектор галузі, який має на меті прагнення в першу чергу до спілкування з природою, пізнання її об'єктів і явищ, активного відпочинку на природі. Традиційні розваги, побутовий комфорт відходять на другий план. За деякими оцінками, він охоплює вже більше 10 % туристичного ринку, а темпи його зростання одні з найбільших в індустрії туризму.

Невід'ємною від екотуризму є екологічна освіта. Пізнаючи Природу, туристи усвідомлюють необхідність дбайливого ставлення до неї.

Відповідно до мети подорожі (відпочити або отримати певний обсяг знань), можна виділити науковий, пізнавальний та рекреаційний підвиди екологічного туризму. Суто науковий екотуризм приваблює відносно невелику частину мандрівників. Проте цей вид є джерелом інформації про віддалені та маловивчені райони. Ці знання необхідні як для науки, так і для грамотного планування розвитку самого екотуризму.

В Україні екологічний туризм є слабо розвинутим, оскільки в нас ще не сформувався відносно помітний і стабільний попит на цей вид туризму через низький рівень екологічної культури населення, працівників тур-бізнесу та самих мандрівників. Ситуація, що склалася в сучасній Україні, потребує відповідних змін, адже екологічний туризм слід визначити як інтегруючий напрямок, що спрямований на гармонізацію відносин між усіма суб'єктами турбізнесу, місцевими громадами та природним середовищем, що реалізується через екологізацію

Оскільки традиційні види туризму здебільшого стають нецікавими для досвідчених мандрівників середнього віку, а також молоді, то акцент робиться на спеціалізованих видах. У цьому аспекті одним із популярних нині видів спеціалізованого туризму є екстремальний, який, власне, є більш складною категорією відомих видів спортивного і пригодницького туризму, але його основною ознакою є те, що він пов'язаний з екстремальними ситуаціями.

***Екстремальний туризм - це подорож, основною метою якої є отримання гострих відчуттів.***

Залежно від способу та засобів здійснення розрізняють наступні види екстремального туризму: водні; наземні, що практикуються, як правило, в гірській місцевості; повітряні; екзотичні.

До водних видів екстремального туризму відносяться дайвінг, вейкбодінг, віндсерфінг, водні лижі, серфінг, рафтинг.

***Дайвінг*** - це занурення у водний простір на різні глибини. Екстремальним вважається занурення на глибину 30-40 метрів. Найкращими для дайвінгу вважаються узбережжя Червоного та Карибського морів і узбережжя Південно-Східної Азії (В'єтнам, Малайзія, Філіппіни, Індонезія), де на більшості

курортів пропонується висококласний дайвінг. Також: прекрасні можливості для цього виду туризму на Кубі, Гавайях. Найбільш близьким і доступним для дайвінгу є курорт Шарм-ель-Шейх, який популярний у любителів цього виду активного відпочинку, що не можуть собі дозволити поїздки на більш фешенебельні курорти. В Єгипті непогано розвинута інфраструктура шкіл дайвінгу, в яких можна за тиждень освоїти техніку занурення на глибини.

**Вейкбординг** є комбінацією водних лиж, сноуборду, скейта і серфінгу.

Особливо динамічно вейкбординг став розвиватися на початку 90-х років. Із захоплення невеликої групи ентузіастів він перетворився на популярний спорт зі своєю філософією та культурою. Катер буксирує рейдера, що стоїть на короткій, широкій дошці. Рухаючись на швидкості 30-40 км за годину з додатковим баластом на борту, катер залишає за собою хвилю, яку рейдер використовує як трамплін. У стрибку можна виконати безліч різноманітних трюків. Більшість трюків прийшла у вейкбординг із споріднених «дощкових» видів спорту - сноубордингу, скейтбордингу.

**Водні лижі** – один із найвідоміших видів активного відпочинку. Це гідна заміна гірським і біговим зимовим лижам. Водні лижі вперше з'явилися в 1922 році, коли американець, житель штату Міннесота Ральф Самуельсон, експериментуючи із звичайними зимовими лижами, вирішив випробувати їх на воді. Дві широкі соснові дошки він оснастив кріпленням для ніг. Після чого винахідник успішно апробував лижі на водах озера в Лейк Сіті.

**Віндсерфінг** - це переміщення на овальній дошці із вуглепластику з шорсткою поверхнею для стійкості та з плавниками-стабілізаторами на нижній площині та невеликим вітрилом, яке кріпиться до дошки. Для реалізації цього виду екстремального туризму необхідні хвилі та вітер. Тобто для заняття віндсерфінгом необхідно їхати до місцевостей, де постійно є вітер. У цьому відношенні дуже вдалим варіантом є Егейське узбережжя Родосу. Взимку на більшості курортів Єгипту, ОАЕ триває сезон вітрів. *Серфінг* - це переміщення на дошці, але без вітрила. Власне, віндсерфінг і походить від серфінгу. При доброму вітрі можна розвивати швидкість більше як і 10-12 м/с. Відомими центрами для цих видів спорту є узбережжя Червоного моря в районі Хургади

(Ель-Гуна), Дахаб, Таба. Також узбережжя тих морів, де бувають постійні вітри та хвилі. У США - Флорида, в Австралії - Сідней.

*Рафтинг* - це захопливий спуск по гірській річці на каное або спеціальних плотах. Рафтинг - один із найпопулярніших турів, відносно безпечний для початківців та юних туристів. Останніми роками він викликає такий величезний інтерес серед любителів екстремального відпочинку, що більшість придатних для дайвінгу гірських річок була освоєна професіоналами, які тепер пропонують рафтинг-тури практично в будь-якій точці світу. Найкращий рафтинг - у Північній Америці, на річках Канади, Аляски і Колорадо.

Рафт-тури в основному бувають за тривалістю наступними: поїздки на день або на півдня і багатоденні подорожі. Під час останніх туристи потрапляють у віддалені куточки гір, з незайманою природою, розбивають табір неподалік від русла річки та досліджують дикі околиці навколо стоянок.

До наземних видів екстремального туризму відносяться альпінізм, гірські лижі, маунтинбайкінг, сноубординг.

*Альпінізм* - це подорож, основною метою якої є сходження на вершини. Альпінізм вважається найекстремальнішим видом подорожей. Сьогодні для цього виду туризму створено цілу індустрію. Як правило, для сходжень прийнято вибирати літо, коли погода дозволяє з мінімальними втратами дістатися до наміченої вершини. Проте любителі найгостріших відчуттів не зупиняються і взимку. А складні погодні умови та схід лавин тільки додають азарту подорожі. Для цього потрібна добра теоретична і фізична підготовка, тривалий досвід сходжень на певну висоту. Популярними для заняття альпінізмом є Альпи, Піренеї, Татри, Кавказ, Памір, Гімалаї.

*Гірські лижі* - це переміщення гірською місцевістю за допомогою лиж. Гірські лижі є одним із найстаріших видів активного відпочинку. Майже в кожному гірськолижному курорті є спуски як для екстремалів-професіоналів, так і для новачків, яких завжди можуть навчити правильно кататися місцеві інструктори. Найкраще обладнані лижні траси є в Альпах, Татрах, Піренеях, Балканах та інших гірських масивах.

**Сноубординг** - спуск по снігу з гірських схилів на спеціально обладнаній дошці. Це більш агресивний, активний і екстремальний вид, ніж гірські лижі. Сноубординг як окремий вид спорту з'явився в Америці в 60-х роках ХХ століття. У нашій країні сноуборд масове визнання отримав тільки в 1998-2000 роках. Нині зроблено багато спеціальних трас із трамплінами та іншими всілякими перешкодами, на яких сноубордисти можуть здійснювати різні акробатичні трюки.

**Маунтинбайкінг** - це подорож: на велосипеді по гірських схилах. Маршрути для маунтинбайкінгу є різних категорій складності. Центрами цього виду туризму є гірські місцевості з визначеними маршрутами для початківців, досвідчених та професіоналів. Незважаючи на певний ризик і дороге спорядження, кожного року збільшується кількість прихильників цього виду спорту. Для маунтинбайкінгу придатні Альпи, Балкани, Карпати, Крим, Татри та ін.

До повітряних видів екстремального туризму відносяться подорожі, що передбачають переміщення в повітряному просторі: парашутний спорт, купольна акробатика, фристайл, польоти на повітряних кулях, дельтапланеризм.

**Парашутний спорт** поділяється на класичний -стрибки на точність приземлення та виконання комплексу фігур у вільному падінні. Змагання ведеться на певний час. Достатньо консервативний вид спорту: сам комплекс фігур не зазнає змін уже багато років. Вимагає вигостреної майстерності та постійності в результатах.

**Групова акробатика** має на меті створення максимальної кількості різних фігур командою з декількох парашутистів. Класична кількість членів групи - 4 і 8. Бувають також команди з 16-ти спортсменів. А рекордний стрибок, занесений у книгу Гіннеса, здійснений командою з 296-ти парашутистів (Росія, Анапа, 1996 рік). Основні фігури для побудови звичайно оголошуються наперед, назви ж цих фігур дають деяке уявлення про те, як вони виглядатимуть: «чарка», «зірка» і т.д. Команда з чотирьох осіб може створити близько 30 фігур за час вільного падіння.



**Купольна акробатика** полягає в побудові формацій з куполів розкритих парашутів. Цим вона кардинально відрізняється від інших видів парашутного спорту, де робота над результатом відбувається до розкриття парашута (окрім стрибків на точність приземлення). Це робить купольну акробатику одним із найризикованіших видів парашутизму.

**Фристайл** - порівняно молодий вид парашутизму, виник приблизно 10 років тому. Полягає в показі спортсменом різних фігур у вільному падінні. Тут оцінюються краса, складність елементів, виконаних парашутистом, а також; майстерність оператора, який проводить зйомку спортсмена в повітрі.

**Польоти на повітряних кулях** звичайній людині доступні на різних фестивалях, де повітряні кулі підіймаються на висоту до 1000 м, які проходять і в Україні. Дальність польоту на повітряній кулі залежить від сили вітру. Для більш досвідчених і професіоналів проводяться різні змагання в найбільш оптимальних режимах щодо сили вітру. Місце приземлення обумовлене метеоумовами.

**Дельтапланеризм** - це політ на дельтаплані, що залежить від метеоумов та майстерності людини та входить до числа всесвітньовідомих видів спорту, що швидко розвиваються. Сьогодні налічується близько 90000 дельтапланеристів по всьому світу.

До екзотичних видів екстремального туризму доцільно віднести ті види подорожей, яким властива екзотика місцевості, ситуації, оточення. Власне, основним критерієм тут може бути нетиповість перебування в ситуації, місцевості, оточенні, що, в свою чергу, пов'язано з отриманням гострих відчуттів. Серед екзотичних видів екстремального туризму можна назвати джайлоо-туризм, подорожі до екологічно небезпечних регіонів, до Північного та Південного полюсів, космічний туризм.

**Джайлоо-туризм** - це один з видів екзотичного екстремального туризму - життя в первісному племені зі всією красою кочового побуту. Цей захопливий вид подорожі успішно розвивається наприклад, в Малайзії, на високогірних пасовищах Киргизстану та ін..

Особливістю цього виду туризму є спання на підлозі юрти вівчаря, поряд з димним вогнищем, споживання свіжої баранини та кумису, а також верхові прогулянки в горах і на пасовищах. Прекрасна можливість відпочити від великого міста. Туристи, які прагнуть на певний час забути про існування техногенної цивілізації, можуть стати гостями малайських племен. Щоб не порушити усталеного способу життя, туристам дозволено з усіх «благ сучасної цивілізації» взяти з собою тільки зубну щітку.

### ***Полярний туризм., або подорожі до Північного та Південного полюсів.***

Все більше охочих прагнуть побувати в екстремальних кліматичних умовах і неповторній атмосфері царства снігу, чистого повітря, відчужи себе полярником, подивитися на екзотичних тварин, таких як пінгвіни та полярні ведмеді. Організацією подорожей до Північного і Південного полюсів Землі займаються туроператори Аргентини, Австралії, Росії.

### ***Подорожі до екологічно небезпечних регіонів.***

Охочих поїхати до таких регіонів (наприклад Чорнобиля) із зрозумілих причин не багато. Зазвичай відправляють туди любителів гострих відчуттів у спеціальних костюмах у супроводі фахівців з дозиметрами. Проте доступ у заборонену 30-кілометрову зону закритий для вагітних і неповнолітніх. Оскільки безпосередньо біля електростанції випромінювання багато разів перевищує допустимі межі, то подорож здійснюється під розписку туриста. У Чорнобилі можна побачити вражаючу картину: вимерле місто, скрізь найвища трава і Дика природа. Без втручання людини зона перетворилася на неповторний природний парк. Тут з'явилися Нові види рослин відродилися популяції вимираючих тварин - орланів-білохвостів, рисей, сірих вовків.

***Подорожі по джунглях.*** Мандруючи джунглями, у туриста з'являється можливість буквально злитися з природою, але при цьому виявитися відрізнаним від цивілізованого світу. І навіть якщо така туристична група має сучасні засоби супутникового зв'язку, для приходу допомоги може знадобитися декілька годин або днів. Тому будь-яка надзвичайна подія може призвести до серйозних наслідків.

*Космічний туризм* - це подорож у космос. Одним із центрів, де відбувається підготовка до космічних турів та повне медичне обстеження є Московський інститут медико-біологічних проблем і Центр підготовки космонавтів ім. Гагаріна в Зоряному містечку. Запуск ракети проводять з космодрому Байконур у Казахстані, тривають два дні польоту до МКС і шість днів проживання на ній. Кандидатів відбирають за трьома критеріями: здоров'ям, фінансовою спроможністю і рівнем освіти. Першим космічним туристом став американський мільйонер Деніс Тіто, який виклав за космічний тур 20 мільйонів доларів. Після нього в космосі побували ще двоє землян.

## ТЕМА 6. ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 6.1. Інтелектуальна власність в інноваційних процесах

Основою будь-якої інновації, як правило, є інтелектуальна власність. Особливої актуальності набувають питання сутності та об'єктів права інтелектуальної власності в умовах сучасної законодавчої бази, трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт.

Поняття «інтелектуальна власність» охоплює три основні складові:

- інтелектуальний продукт - продукт творчої діяльності, що має значення для певного, інтелектуально підготовленого кола осіб;
- інтелектуальна власність - сукупність прав особи на результати інтелектуальної, творчої діяльності;
- нематеріальний актив - цінності, що належать підприємству, у вигляді патентів, технологічних та технічних новітніх досягнень, інших об'єктів інтелектуальної власності.

Об'єктами права інтелектуальної власності можуть бути наукові відкриття; винаходи, корисні моделі, промислові зразки; комп'ютерні програми (авторське право); виконання (суміжні права); раціоналізаторські пропозиції; комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні назви; комерційні таємниці.

В умовах ринкових відносин інтелектуальна власність стає предметом купівлі-продажу, надання у заставу, об'єктом внеску в статутний капітал підприємства, страхування. Будь-який винахід (корисна модель, промисловий зразок та ін.) - це ідея, поняття щодо нового об'єкта техніки, які стають товаром тільки тоді, коли вони мають *споживчу вартість*. Доведення ідеї до рівня інновації з метою одержання прибутку від їх освоєння або продажу є процесом комерціалізації. У процесі комерціалізації виникає необхідність трансферу технологій.

*Трансфер технологій* - це передача технології, що оформляється шляхом укладення двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та юридичними особами, яким установлюються, змінюються або припиняються майнові права і обов'язки щодо технології (її складових). Передача технології

може здійснюватися за кордон або на внутрішній ринок країни на комерційних засадах.

У Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» визначені засади державної політики у сфері комерціалізації результатів науково-дослідної діяльності, правових, організаційних та економічних основ державного регулювання діяльності у сфері експорту та імпорту технологій, залучення інвестицій у їх створення та впровадження.

На рівні законодавчого акта введена низка дефініцій, таких як:

- *технологія* - результат інтелектуальної діяльності, сукупність систематизованих наукових знань, технічних, організаційних та інших рішень про перелік, строк, порядок та послідовність виконання операцій, процесу виробництва та реалізації і зберігання продукції, надання послуг;

- *високі технології* - технології, які розроблені на основі новітніх наукових знань, за своїм технічним рівнем перевищують кращі вітчизняні та іноземні аналоги і спроможні забезпечити передові позиції на світовому ринку наукомісткої продукції;

- *патентна чистота* - властивість технологій (їх складових) бути вільно використаними в певній державі без загрози порушення чинних на її території охоронних документів (патентів) на об'єкти права інтелектуальної власності, які належать третім особам, визначена згідно з чинними охоронними документами на ці об'єкти та нормативно-правовими актами держави, де планується використання зазначених технологій та їх складових, а також відповідно до конкретного періоду часу, обумовленого строком дії охоронних документів на складові технологій на території такої держави.

Трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт здійснюється за такими етапами:

1) вибір варіанта створення нового виробу або нової продукції (на основі дієздатної моделі, розробки принципово нового виробу або нової продукції);

2) генерація і відбір найбільш вдалих ідей щодо створення нового виробу або нової продукції;

3) фільтрація (відбір) ідей - вилучення непридатних для подальшого розгляду;

4) кінцевий вибір ідеї;

5) етап НДДКР і створення конструкторського прототипу;

6) створення продукції для дослідження в ринкових умовах;

7) реалізація більш масштабних планів: модифікація виробів та їх дрібносерійне виробництво або модифікація продукції та її обмежене виробництво; освоєння ринку та його сегментів; визнання, що ідея була хибною; припинення виробництва;

8) зустрічне рішення про випуск нового виробу та його серійне або масове виробництво, або виробництво нової продукції у великих розмірах.

Інтелектуальна власність може розглядатися як довгостроковий і перспективний вид вкладення капіталу. Однією з форм виявлення інтелектуальної власності є *нематеріальні активи*, які є відносно новим об'єктом вітчизняного фінансового обліку.

Правовою основою належності об'єктів промислової власності конкретному підприємству і, відповідно, визнання їх його нематеріальними активами є наявність охоронних документів. Охоронними документами можуть бути патенти, свідоцтва, ліцензійні угоди, свідоцтва про реєстрацію підприємства; акти або протоколи відповідної комісії щодо факту створення ноу-хау, угоди про передачу ноу-хау (безпатентної ліцензії). Правовою основою належності об'єктів авторського права конкретному підприємству є авторські й інші угоди на комп'ютерні програми, бази даних тощо.

Права на об'єкти інтелектуальної власності стають нематеріальними активами після того, як вони будуть відображені у бухгалтерському обліку. Для цього необхідно встановити ціну прав на об'єкти інтелектуальної власності і термін їх служби, величина яких буде впливати на розмір амортизаційних відрахувань.

Сучасна вітчизняна система бухгалтерського обліку, згідно з П(С)БО-8 «Нематеріальні активи» передбачає поділ об'єктів інтелектуальної власності на дві групи: перша - це об'єкти, які можуть бути відображені в балансі юридичної

особи; друга - об'єкти, які в балансі юридичної особи відображені бути не можуть.

Придбаний чи отриманий об'єкт інтелектуальної власності відображається в балансі юридичної особи, якщо існує вірогідність отримання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням. Це стає можливим, коли підприємство має намір, технічну можливість і ресурси для доведення об'єкта інтелектуальної власності до стану, в якому він придатний для реалізації чи використання; або ж можливість отримання майбутніх економічних вигод від реалізації чи використання активу.

Права власності юридичної особи на нематеріальні активи відображаються в активі балансу за статтею «Нематеріальні активи» (залишкова вартість - код 010, первинна - код 011) й у пасиві балансу за статтею «Статутний капітал» (код 300). В усіх інших випадках витрати на створення об'єкта інтелектуальної власності стосуються витрат звітного періоду, самі ж об'єкти інтелектуальної власності стають об'єктами відкладеного попиту й обліковуються на позабалансовому рахунку.

У процесі трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт обов'язковою є оцінка вартості об'єктів інтелектуальної власності. Проблема оцінки ускладнюється тим, що далеко не завжди об'єкт інтелектуальної власності є самостійним об'єктом продажу. У більшості випадків він складає певну частину такого об'єкта, захищає його основу чи якийсь фрагмент. Отже, частка об'єкта інтелектуальної власності в усьому об'єкті продажу має бути узгодженою всіма зацікавленими сторонами:

- *замовниками* об'єктів прав інтелектуальної власності;
- *розробниками* об'єктів прав інтелектуальної власності;
- *користувачами* об'єктів прав інтелектуальної власності.

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває оцінка вартості інтелектуальної власності.

## **6.2. Охорона і захист інтелектуальної власності**

*Поняття інтелектуальна власність (ІВ)* означає закріплені законом права на результати інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній, художній та інших сферах. Перше визначення цього поняття містять норми Міжнародної Конвенції (Стокгольм, 1967 р.), якою засновано Всесвітню організацію інтелектуальної власності (ВОІВ). Україна є членом ВОІВ з 26 квітня 1970 р. У Стокгольмській Конвенції визначено, що інтелектуальна власність включає в себе права, які відносяться до літературних, художніх та наукових творів; виконавчої діяльності артистів, звукозапису, радіо- та телевізійних передач; до наукових відкриттів та винаходів у всіх областях діяльності людини; до промислових зразків, товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових найменувань та комерційних позначень; до захисту виробників від недобросовісної конкуренції і захисту інших результатів інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній та художніх областях.

Охорона прав на результати інтелектуальної діяльності введена більше 200 років тому. Охороні підлягали продукти, що були результатами творчої діяльності і на той час вийшли на ринок (твори літератури і мистецтва, а також винаходи). Сьогодні, коли структурна перебудова економіки України спрямована на розвиток високотехнологічних галузей і перехід до технологічних укладів вищого порядку, а також на впровадження ринкових відносин у науково-інноваційній сфері, все більшого значення набувають питання правової охорони інтелектуальної власності. Від розв'язання проблеми створення ефективної системи охорони ІВ залежать підвищення конкурентоспроможності України і інтеграції її у світовий економічний простір.

На основі аналізу українського законодавства об'єкти ІВ можна класифікувати таким чином: об'єкти авторського права та суміжних прав; об'єкти промислової власності; нетрадиційні об'єкти ІВ.

Правові норми, що регулюють захист і використання інтелектуальної власності в Україні, викладені в Конституції України (статті 41, 54),



Цивільному кодексі України (Книга 4, глави 35-46; Книга 5, Розділ 3, глави 75-76), Кримінальному кодексі України (статті 176, 177, 203<sup>-1</sup>, 216, 229, 231, 232), Кодексі України про адміністративні правопорушення (статті 51<sup>-2</sup>, 164<sup>-3</sup>), Митному кодексі України (Розділ X, глава 45), Законі України «Про власність» (Розділ 6, статті 40-42), спеціальному законодавстві у сфері охорони ІВ, підзаконних актах, що діють у цій сфері, а також міжнародних договорах, учасницею яких є Україна.

Прагнення України співпрацювати із розвиненими країнами зумовлює необхідність вдосконалення правової бази у сфері інтелектуальної власності. Охорону інтелектуальної власності здійснюють органи державної влади у межах своєї компетенції, утворено також спеціальні структури, що діють у цьому напрямі.

*Авторське право* являє собою сукупність майнових і немайнових відносин, пов'язаних зі створенням і використанням творів літератури, науки і мистецтва. Вітчизняне законодавство про авторське право включає в себе:

- Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 379212;
- Закон України «Про кінематографію» від 13.01.1998 р. № 9/98-ВР;
- Закон України «Про телебачення і радіомовлення» від 21.12.1993 р. № 375912;
- Закон України «Про видавничу справу» від 5.06.1997 р. № 318/97-ВР;
- Закон України «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм» від 23.03.2000 р. № 1587-14;
- Закон України «Про театри і театральну справу» від 31.05.2005 р. № 2605-IV;
- Закон України «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування» від 17.01.2002 р. № 2953-III;
- Закон України «Про охорону прав на сорти рослин» від 1993 р. № 3116-12;
- Закон України «Про архітектурну діяльність» від 1999 р., № 687-14.

*Міжнародними актами, що регулюють відносини у даній сфері, є:*

- Всесвітня конвенція про авторське право від 06.09.1952 р., Україна як правонаступниця СРСР підтвердила свою участь у Конвенції Постановою Верховної Ради України від 23.12.1993 р. № 2794-ХП);

- Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів від 24.07.1971 р. (Україна приєдналася до Конвенції Законом від 31.05.95 р. № 189/95-ВР);

- Договір ВОІВ про авторське право від 20.12.1996 р. (Україна приєдналася до Договору Законом від 20.09.2001 р. № 2733-ІІ);

- Угода про співробітництво в галузі охорони авторського права і суміжних прав. Угоду ратифіковано Законом 34/95-ВР від 27.01.95 р. Вчинено в місті Москві 24 вересня 1993 р.

Авторське право *виникає в силу факту створення* твору науки, літератури і мистецтва. Автором твору (при відсутності доказів іншого) вважається особа, зазначена як автор на примірнику оприлюдненого твору, на рукописі або на оригіналі твору (презумпція авторства). якщо твір створено у співавторстві, відносини між співавторами визначаються угодою, укладеною між ними. Власник авторських прав використовує знак охорони авторського права: латинська літера «с» у колі; ім'я (найменування) особи, яка має авторське право; рік першої публікації твору. Слід зауважити, що позначення авторських прав не є обов'язковим. В Україні реєстрація авторських прав регулюється постановою Кабінету Міністрів «Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір» від 27.12. 2001 р. № 1756.

*Об'єктом авторського права є* твір науки, літератури, мистецтва. Охороняється також частина твору, яка може використовуватися самостійно, включаючи й оригінальну назву твору.

*Суб'єктами авторського права, можуть бути* українські й іноземні громадяни - автори твору, їх спадкоємці та особи, яким автори чи їх спадкоємці передали авторські майнові права. *Автором творів науки, мистецтва і літератури є* фізична особа, незалежно від статі, віку, громадянства і дієздатності, творчою працею якої створено твір. Авторські права у творця

твору виникають одразу, тільки-но досягнуто творчого результату, що втілюється в об'єктивну форму. Закінчення строку дії авторського права на твори означає їх перехід до суспільного надбання.

*Особисті (немайнові) права* включають: право вимагати визнання авторства; право забороняти згадувати своє ім'я під час публічного використання твору; право на обрання псевдоніму; право вимагати збереження цілісності твору і протидію будь-якому перекрученню і спотворенню твору, що може зашкодити честі й репутації автора.

*Майнові права* включають виключні права на використання твору, на дозвіл або заборону використання твору іншими особами. Майнові права на відміну від немайнових можуть передаватися за авторською угодою. Усі права на використання твору, не передані за авторською угодою, зберігаються за автором. Умови, що обмежують право автора на створення майбутніх творів на дану тему чи в цій галузі, є недійсними.

Особливістю *суміжних прав* є те, що вони ґрунтуються на використанні, як правило, об'єктів авторських прав. Суміжні права впливають із творчої діяльності з реалізації, інтерпретації, використання оприлюднених творів літератури і мистецтва (виконання, фонограми, відеограми, програми мовлення). Індустрія запису виконавчого мистецтва набула комерційного характеру у ХХ ст., вже після прийняття Бернської конвенції про охорону літературних і художніх творів. Тому в багатьох країнах вирішили охороняти права виконавців за допомогою схожого з авторським правом інституту суміжних прав.

Згідно з Міжнародною конвенцією про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення (Римська конвенція 1961 р.) знак охорони суміжних прав складається з трьох елементів: латинської літери «Р», обведеної колом, імені (назви) осіб, які мають щодо цих об'єктів суміжні права, рік першої публікації. Ці положення відображені також у ст. 37 Закону «Про авторське право і суміжні права». У сфері суміжних прав для України діють такі міжнародні акти:

- Римська конвенція про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення від 26.10.1961 р. (Україна приєдналася до неї Законом від 20.09.2001 р. № 2730–III);
- Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про виконання і фонограми, прийнятий Дипломатичною конференцією 20.12.1996 р. (Україна приєдналася до нього згідно із Законом від 20.09.2001 р. № 2732III);
- Конвенція про охорону інтересів виробників фонограм від незаконного відтворення їхніх фонограм від 29.10.1971 р. (Україна приєдналася до Конвенції Законом від 15.06.99 р. № 738–XIV).

### ***6.3. Використання прав на інтелектуальну власність***

***Патентування*** - це спосіб забезпечити право на винахід, що виключає можливість його використання іншими особами. Правові норми, що регулюють це питання, прийнято називати *патентним правом*. Предметом патентного права є сукупність майнових і немайнових відносин, пов'язаних зі створенням і використанням винаходів, корисних моделей, промислових зразків та сортів рослин.

*Спеціальне законодавство з патентного права включає в себе:*

- Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993 р. № 3687ХП;
- Закон України «Про охорону прав на промислові зразки» від 15.12.1993 р., № 3688-12;
- Закон України «Про охорону прав на сорти рослин» від 21.04.1993 р., № 3116-12;
- Закон України «Про племінну справу у тваринництві» від 15.12.1993 р. № 3691-ХП;
- *Основні міжнародні акти, які регулюють питання патентного права:*
- Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20.03.1883 р. (набула чинності для України 25.12.1991 р.);
- Договір про патентну кооперацію від 19.06.1970 р. (набув чинності для України 25.12.1991 р.);

- Будапештський договір про міжнародне визнання депонування мікроорганізмів з метою патентної процедури від 28.04.1977 р. (Україна приєдналася до Договору 01.11.1996 р.);

- Договір ВОІВ про патентне право від 01.06.2000 р. (Україна приєдналася до Договору 22.11.2002 р.).

- Угода про міжнародну реєстрацію промислових зразків (Гаазький акт від 28.11.1996 р. та Женевський акт від 02.07.1999 р.; Україна приєдналася до Угоди згідно Закону від 17.01.2002 р. № 2992–ІІІ);

- Міжнародна конвенція по охороні нових сортів рослин від 23.10.1978 р. (Україна приєдналася Законом від 02.06.95 р. № 209/95-ВР);

- Соглашение о взаимном обеспечении сохранности межгосударственных секретов в области правовой охраны изобретений (Минск, 4.06.1999 р.). Угода затверджена Постановою Кабінету Міністрів України №2292 від 13.12.99 р. із застереженням.

*Об'єктом* патентного права є винахід, корисна модель, промисловий зразок, сорти рослин, породи тварин. *Винахід (корисна модель)* - це результат інтелектуальної діяльності у вигляді патентоздатного технологічного (технічного) рішення. Патентоздатність винаходу оцінюється трьома критеріями: новизна; винахідницький рівень; промислова придатність. Корисна модель вважається патентоздатною, якщо вона є новою і промислово придатною. *Об'єктом винаходу (корисної моделі)* є: продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин рослини і тварини); процес (спосіб), нове застосування продукту (процесу).

*Промисловий зразок* є результатом творчої діяльності у галузі художнього конструювання. *Об'єктом промислового зразка* є форма, малюнок чи розфарбування, які призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб. Промисловий зразок не є твором мистецтва, в ньому повинні сполучатися конструктивні й естетичні якості виробу. Критеріями його патентоздатності є новизна і промислова придатність.

*Сорт рослин* - це група рослин (клон, лінія, гібрид першого покоління, популяція) в рамках нижчого з відомих ботанічних таксонів, яка може бути

визначена ступенем прояву ознак, що є результатом діяльності даного генотипу або комбінації генотипів; може бути відрізнена від будь-якої іншої групи рослин ступенем прояву принаймні однієї з цих ознак; може розглядатися як єдине ціле з точки зору її придатності для відтворення в незмінному вигляді цілих рослин сорту. Сорт рослин є охороноздатним, якщо за проявом ознак, породжених певним генотипом чи певною комбінацією генотипів він є новим, однорідним та стабільним. Україна є членом Міжнародного союзу по охороні нових сортів рослин.

*Суб'єктами патентного права* є автор (винахідник), роботодавець, спадкоємці автора (винахідника), роботодавця. *Власник патенту на винахід (корисну модель), промисловий зразок, сорт рослин* володіє патентом і відповідними винятковими правами. Роботодавець має право на одержання патенту у випадку, коли винахід (корисну модель), промисловий зразок, сорт рослин створено у зв'язку з виконанням їхніми авторами службових обов'язків. Власниками патенту за угодою можуть бути декілька осіб.

*Експертиза заявки на винахід (корисну модель)* проводиться у два етапи: формальна і кваліфікаційна експертиза. Під час формальної експертизи визначається належність об'єкта до числа тих, які можуть бути об'єктами винаходу (корисної моделі). Кваліфікаційна експертиза встановлює патентоздатність об'єкта патентування. По завершенні експертизи на винахід (корисну модель) видається патент, який підтверджує пріоритет, авторство, право власності. Патент реєструється, після чого видається заявникові за умови сплати державного мита. На винахід видається патент та деклараційний патент. Патент на винахід діє 20 років від дати подання заявки, деклараційний патент на винахід - 6 років, деклараційний патент на корисну модель - 10 років.

Рішення про патент на *промислові зразки* приймається на основі експертизи заявки лише за формальними ознаками. По її завершенні приймається обґрунтований висновок, на основі якого приймається рішення про видачу патенту. На підставі рішення про видачу патенту та за наявності документів про сплату державного мита здійснюється публікація в офіційному бюлетені відомостей про видачу патенту. Водночас здійснюється державна

реєстрація патенту. Строк дії патенту на промисловий зразок - 10 років від дати подання заявки, він продовжується за клопотанням власника патенту, але не більш як на 5 років.

Експертиза заявки на *новий сорт рослин* проводиться у два етапи: формальна експертиза; експертиза кваліфікаційна. Далі приймається рішення про державну реєстрацію сорту та видачу патенту, здійснюються експертиза назви сорту і державне випробування сорту. В місячний строк після реєстрації прав на сорт та згідно з вимогами, зазначеними у заявці, авторам видається свідоцтво про авторство, а заявникові – патент.

*Права автора винаходу, корисної моделі, промислового зразка та сорту рослин складаються з особистих (немайнових) та майнових прав. Особистими (немайновими) правами автора вважаються: право авторства; право на авторське ім'я. Майнові права автора, який є власником патенту, полягають у праві на винагороду за перепоступку патенту та продаж ліцензій. Майнові права автора, який не є власником патенту, полягають у його праві на винагороду згідно з угодою між автором об'єкта та власником патенту.*

*Власник патенту володіє такими майновими правами: право на використання об'єкта інтелектуальної власності, якщо це не порушує прав інших власників патентів (свідоцтв); право на заборону іншим особам використовувати об'єкт інтелектуальної власності без його дозволу; право на передачу права власності на об'єкт інтелектуальної власності особі, яка стає його правонаступником; право на видачу дозволу на використання об'єкта інтелектуальної власності на підставі ліцензійної угоди.*

*Обов'язки власника патенту* полягають у сплаті зборів за підтримання чинності патенту та добросовісному користуванні своїми правами; наданні дозволу на використання запатентованого об'єкта власнику пізніше виданого патенту. Кабінет Міністрів України видає ліцензію на сорт рослин з мотивів надзвичайної суспільної необхідності та за умови воєнного чи надзвичайного стану. Судом надається така ліцензія за умови незначного використання сорту протягом 3-х років.

*Припинення дії патенту відбувається у разі:* відмови власника патенту від патенту; несплати річного збору за підтримання чинності патенту. Для припинення дії патенту на сорт рослин закон передбачає такі підстави, як втрата однорідності чи стабільності сорту внаслідок незабезпечення його збереження; ненадання власником сорту вчасно на вимогу інформації, документів, матеріалів, зразків сорту, необхідних для перевірки однорідності чи стабільності; у разі ненадання вчасно на вимогу закладу експертизи пропозиції щодо нової назви сорту. Власник патенту може вимагати через суд: припинення дій, що порушують або загрожують порушенням його прав; стягнення завданих збитків, включаючи неодержані доходи; відшкодування моральної шкоди та вжиття інших заходів, пов'язаних із захистом його прав.

*Законодавство про засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту і їхньої продукції (робіт, послуг) регулює відносини, пов'язані з реалізацією виключних прав у сфері виробництва, послуг, торгового обороту. Засобами індивідуалізації вважаються знаки для товарів і послуг, назва місця походження товару, комерційне найменування.*

*Знаки для товарів та послуг (торговельні марки) являють собою позначення або комбінацію позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються). Спеціальним законом, що регулює відносини у даній сфері, є Закон України «Про охорони прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 р. № 3689-Х. Міжнародними актами у цій сфері є Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14.04.1891 р. (набула чинності для України 25.12.1991 р.) та Протокол до Угоди від 28.06.1989 р. (набув чинності для України 29.12.2000 р.).*

Експертиза на *знаки для товарів та послуг* складається з науково-технічної та кваліфікаційної експертизи. За її результатами робиться висновок, приймається рішення про реєстрацію знака або про відмову в реєстрації, або про реєстрацію знака щодо частини зазначених у заявці товарів і послуг та відмову в реєстрації знака для іншої частини. На основі рішення здійснюються офіційна публікація про видачу свідоцтва і видача свідоцтва, котре діє 10 років



від дати подання заявки та може бути продовжене щоразу на 10 років, за умови сплати збору.

Об'єктом інтелектуальної власності є *назва місця походження товару*. Відносини у цій сфері регулює Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» від 16.06.1999 р. №752-XIV. Крім того, в Мінську у 1999 р. вчинено Угоду про заходи щодо попередження та припинення використання неправдивих товарних знаків та географічних зазначень (ратифіковано Законом України № 1971–III від 21.09.2000 р.).

*Назва місця походження товару* вживається для позначення товару, що походить із зазначеного географічного місця та має властивості, виключно або головним чином зумовлені характерними для географічного місця природними умовами або людським фактором. *Географічне зазначення походження товару* - назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із цього географічного місця та має певні якості, репутацію або інші характеристики, в основному зумовлені характерними для даного географічного місця природними умовами чи людським фактором.

Назва місця походження товару має відповідати таким вимогам: вона має бути назвою географічного місця, з якого товар походить; має вживатися як назва даного товару чи як складова цієї назви; у вказаному географічному місці повинні об'єктивно існувати характерні природні умови чи людський фактор, що надають товару особливих властивостей порівняно з однорідними товарами з інших географічних місць; виробництво (видобування) і переробка позначуваного цією назвою товару мають здійснюватись в межах зазначеного географічного місця.

Географічному зазначенню походження товару надається правова охорона при задоволенні таких вимог: воно є назвою географічного місця, з якого даний товар походить; воно вживається як назва даного товару чи як складова частина цієї назви; у вказаному цією назвою географічному місці наявні характерні умови або людський фактор, що надають товару певних якостей; позначуваний цією назвою товар має певні якості, репутацію чи інші характеристики, в основному зумовлені характерними для даного

географічного місця природними умовами або людським фактором; хоча б основна складова позначуваного цією назвою товару виробляється або переробляється в межах даного географічного місця.

*Суб'єктами* права на зазначення походження товарів є: особа чи група осіб, які в даному географічному місці виробляють товар, властивості якого пов'язані з цим географічним місцем; асоціації споживачів; установи, що мають безпосереднє відношення до вироблення чи вивчення цих продуктів, технологій або географічних місць.

Для реєстрації кваліфікованого зазначення походження товару та права на використання зареєстрованого зазначення походження товару необхідно подати заявку, яка проходить експертизу. При позитивному висновку експертизи відомості про заявку офіційно публікуються, і протягом шести місяців будь-яка особа може подати заперечення проти реєстрації заявки. При відсутності заперечень установа приймає рішення про реєстрацію та повідомляє заявника. Свідоцтво діє 10 років, строк його дії може подовжуватися на наступні 10 років на підставі заяви власника.

Власник свідоцтва про реєстрацію права на використання кваліфікованого зазначення походження товару *має право*: використовувати зареєстроване зазначення; вживати заходів щодо заборони використання зазначення особами, які не мають на це права; вимагати від осіб, що порушили його права, припинення цих порушень і відшкодування матеріальної та моральної шкоди. Власник свідоцтва зобов'язаний забезпечувати відповідність якості, особливих властивостей товарів, їх опису у відповідному державному реєстрі України.

*Комерційне найменування* - це спосіб індивідуалізації і правової охорони господарюючого суб'єкта, його ділової репутації, престижу, авторитету. Право власності на комерційне найменування є чинним з моменту першого його використання та охороняється без обов'язкового подання заявки і незалежно від того, чи є комерційне найменування частиною торговельної марки. З моменту першого використання комерційного найменування підприємство набуває право використання; право перешкоджати іншим особам

використовувати це найменування, у т.ч. шляхом заборони; інші права, передбачені законом.

Об'єктом інтелектуальної власності є *комерційна таємниця*. Тривають спроби прийняти спеціальний закон: 20.02.2004 р. зареєстровано проект Закону про комерційну таємницю № 5180, 27.04.2005 р. - проект Закону про основні засади охорони комерційної таємниці в Україні № 5180-1, але вони досі не прийняті. Комерційною таємницею вважається секретна інформація, що має комерційну цінність та є предметом заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію. Комерційна таємниця не вимагає офіційного визнання її охороноздатності, державної реєстрації або виконання інших формальностей. Строк чинності права на комерційну таємницю обмежується строком існування ознак комерційної таємниці.

*Топографія інтегральних мікросхем (ІМС)* - це зафіксоване на матеріальному носії розміщення елементів ІМС та з'єднань між ними. Топографія ІМС є охороноздатною, якщо має нові властивості і не є відомою до дати подання заявки або до дати першого використання. Експертиза заявки проводиться за формальними ознаками і приймається рішення про реєстрацію. Здійснюється публікація про реєстрацію та у місячний строк після цього заявнику видається свідоцтво. Воно дійсне 10 років від дати подання заявки або від дати першого використання.

Важливим об'єктом інтелектуальної власності є *наукове відкриття*, що являє собою встановлення невідомих раніше, але об'єктивно існуючих закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, які вносять докорінні зміни у рівень наукового пізнання. У Верховній Раді України 14.12.2004 р. за № 6414 зареєстрований законопроект «Про охорону прав на наукові відкриття», який у 2005 р. прийнятий за основу і направлений на друге читання.

*Під категорію «нетрадиційних об'єктів ІВ» підпадають раціоналізаторські пропозиції.* Раціоналізаторська пропозиція містить технологічне (технічне) або організаційне рішення у будь-якій сфері діяльності. Підзаконними актами тут є Тимчасове положення про правову охорону об'єктів

промислової власності та раціоналізаторських пропозицій в Україні. Воно зберігає свою дію в частині, що стосується раціоналізаторських пропозицій. Видається, що раціоналізаторські пропозиції заслуговують на правове регулювання на рівні закону.

*Поняття «інтелектуальна власність» тісно пов'язане з поняттям «нематеріальні активи».* Вартість інтелектуальних продуктів може бути визначена шляхом експертизи й поступово переноситися на вартість продукції підприємства подібно до амортизаційних відрахувань. Це дає змогу накопичувати та інвестувати кошти в оновлення виробничо-економічних систем.

Дедалі більше охорона об'єктів ІВ стає проблемою, пов'язаною з економічною безпекою. Україна повинна адаптуватися до глобальної системи регулювання охорони інтелектуальної власності.

Посилення монополізації світових ринків технологій з боку супердержав, загострення конкуренції на цих ринках призводять до активізації пошуку нових концепцій експортної політики країн і окремих фірм. Проблему протистояння більш великим і потужним суперникам, що зміцнилися на світовому ринку, компанії - розробники нових технологій намагаються вирішувати шляхом використання переваг спеціалізації.

*Концепція «технологічної ніші»* включає три компоненти. *Першим* є пошук секторів ринку, де можливий випуск передової продукції або технології на основі використання чинника «незамінності», що зменшує дію цінової конкуренції (для цього потрібен високий технологічний рівень, кваліфікований персонал, глибокі дослідження, унікальні ресурси, досвід та знання). *Другим* компонентом є принцип швидкої адаптації до ринку і задоволення специфічного попиту шляхом швидкої зміни або переналагодження технології. Третім компонентом є освоєння ринків країн, що швидко зростають в економічному і технологічному плані.

Малі компанії можуть активніше використовувати переваги невеликих масштабів виробництва, краще адаптуватися до ринку, освоювати ніші, що залишилися без уваги з боку великих компаній.

Технологічне оновлення виробництва і раціоналізація структури економіки розвинених країн призводить до відносного зменшення їхньої потреби в сировинному імпорті з держав, що розвиваються, зменшують переваги використання дешевої робочої сили. Дані явища послаблюють приплив підприємницького капіталу в країни, що розвиваються.

Науково-технічний потенціал більшості країн, що розвиваються, не дозволяє їм швидко використати світові досягнення. В цих державах на НДДКР виділяється близько 0,3% ВВП, тоді як у середньому в світі - близько 2%. Однак в країнах, що розвиваються, спостерігається значна диференціація розвитку, що поглиблюється в міру НТП. У сфері науки і техніки країни Латинської Америки випереджають Азію й Африку, а всередині латиноамериканської групи найбільшого розвитку досягли Бразилія, Мексика, Аргентина. В Азії більше половини національних коштів, що витрачаються на НДДКР, як і чисельності зайнятих у НДДКР, припадає на Індію. Частка Бразилії, Південної Кореї, Індії, Мексики, Аргентини у промисловому виробництві країн, що розвиваються, перевищує 60%, саме цим країнам у найбільшій мірі вдається уловлювати тенденції НТП.

Для України дуже важливим є участь у світовій торгівлі технологіями, хоча при цьому з'являється необхідність регулювання припливу іноземних технологій. На формування державної політики в області передачі технології впливають як суб'єктивні чинники (політичні і соціально-економічні цілі уряду), так і об'єктивні чинники (рівень розвитку продуктивних сил держави та тенденції світового НТП).

Загальні напрями *політики державного регулювання передачі технології* полягають у наступному:

- залучення національних постачальників замість іноземних, переважання національних кадрів при експлуатації і розробці технологій;

- зміцнення позицій національних фірм на переговорах і забезпечення найбільш сприятливих умов одержання технології. Міжнародне співробітництво в інноваційній сфері включає різноманітні *правові форми*

*реалізації науково-технічних розробок*: опціонні і ліцензійні угоди; передачу на ліцензійній основі ноу-хау; інжинірингові послуги; лізинг, франчайзинг та інші.

До порівняно нових форм ліцензійної торгівлі слід віднести *опціонні угоди* («опціон» у перекладі з англійської означає право вибору). Ця форма угод надає продавцю або покупцю певні пільги, пов'язані із виконанням ними своїх зобов'язань, що випливають із торгових контрактів. Опціонна угода закріплює попередню згоду, що укладається сторонами, зацікавленими в реалізації ліцензій на науково-технічне досягнення. При цьому потенційному покупцю ліцензії дається право протягом певного строку вирішити питання про доцільність придбання ліцензії. З підписанням угоди потенційний покупець ліцензії одержує можливість зважити усі «за» і «проти» придбання ліцензії і бере зобов'язання протягом строку дії угоди прийняти рішення щодо придбання ліцензії.

Необхідність укладання опціонної угоди виникає в тих випадках, коли покупець ліцензії не готовий відразу прийняти рішення про використання науково-технічного досягнення, оскільки для нього поки не ясні виробничі, комерційні або правові моменти. Укладаючи опціонні угоди, покупець прагне виграти час для всебічного вивчення об'єкта ліцензії. Об'єктами опціонних угод є, як правило, складні технології масового виробництва нових матеріалів і речовин, а також устаткування.

У ряді галузей (хімічній, медичній, фармацевтичній) неможливо продати ліцензію без опціонної угоди. Наприклад, існує необхідність апробації нових медичних препаратів та ухвалення її результатів місцевим органом охорони здоров'я для одержання дозволу на їх виробництво.

Опціонна угода оформляється, як правило, у вигляді самостійного документа. Якщо покупець не висловлює бажання придбати ліцензію протягом строку дії опціонної угоди, остання припиняє дію, у протилежному випадку сторони укладають звичайну ліцензійну угоду. Отже, опціонну угоду можна розглядати як перший етап реалізації ліцензій, після котрого може настати другий етап - укладання ліцензійної угоди. Строк дії угод коливається від 30 до

12 місяців. У кожному випадку він залежить від характеру і складності об'єкта ліцензії.

Опціон, як правило, обмежений територією країн, де майбутній ліценціат має намір одержати виключні права на використання ліцензії. Тому в угодах зазначаються винятковий характер опціону і перелік країн, на території яких він поширюється. Продавець приймає зобов'язання протягом дії опціонної угоди не надавати іншим фірмам ліцензії на право виробництва, використання і продажу об'єкта ліцензії на території країн, зазначених в угоді. Іноді передбачається відмова продавця від переговорів з фірмами країн, що входять у територію виключного права. Зазначене право вибору і обмеження права продавця щодо продажу ліцензій компенсуються винагородою, яку виплачує ліценціат. Розмір винагороди визначається угодою, залежить від значимості об'єкта і вартості документації, устаткування і матеріалів, що передані покупцю.

Якщо після закінчення строку дії опціону покупець відмовиться від купівлі ліцензії, він втрачає право на повернення винагороди. Якщо ж сторони укладають ліцензійну угоду, зроблений платіж за опціон, як правило, зараховується в рахунок початкового внеску, що підлягає сплаті по ліцензійній угоді. Покупець має забезпечити конфіденційність інформації щодо об'єкта ліцензії не тільки в період дії опціонної угоди, але й надалі. Порушення зобов'язань щодо конфіденційності викликає необхідність компенсувати продавцю упущену вигоду і збитки.

Опціонні угоди створюють ряд важливих переваг для обох сторін:

- підписання угоди підготовляє підґрунтя для наступних контактів;
- опціон засвідчує серйозність намірів покупця щодо придбання ліцензії і забезпечує прогнозованість комерційних результатів продавця;
- надання покупцю стислого строку для вивчення об'єкта ліцензії прискорює комерційну реалізацію науково-технічної продукції;
- покупець має можливість всебічно вивчити об'єкт ліцензії на основі докладної інформації, отриманої від продавця матеріалів і зразків;
- опціон зменшує ризик придбання неефективної ліцензії;

- продавцю надається можливість обумовити в опціонній угоді своє право відмовитися в період дії опціону від продажу ліцензії даному контрагенту (доцільність такої відмови може виникнути при можливості реалізації ліцензії іншій фірмі на більш вигідних комерційних умовах);

- продавець отримує гарантований платіж за опціон, який можна розглядати як кредит, що зміцнює фінансове становище продавця.

*Ліцензійна торгівля* забезпечує додаткові валютні надходження продавцю ліцензій, а їх покупцю дозволяє підтримувати високий технічний рівень виробництва. Багато видів машин і устаткування, що виробляються в Україні, становлять інтерес для іноземних фірм. Водночас, для підвищення техніко-економічного рівня виробництва в окремих галузях національної економіки доцільно використовувати досвід інших країн шляхом придбання ліцензій на використання їхніх досягнень.

Таким чином, під ліцензією розуміється надання юридичними особами будь-якої країни у встановленому порядку і на визначених умовах приналежних їм прав на використання винаходів, промислових зразків і товарних знаків, захищених охоронними документами в цій країні і за її межами, іноземним юридичним особам або громадянам.

Обов'язки ліцензіара (продавця ліцензії) можуть полягати в наступному: в обумовлені терміни передати комплект документації, необхідної для освоєння об'єкта ліцензії; надати необхідну технічну допомогу в освоєнні об'єкта ліцензії; гарантувати патентну чистоту ліцензій і захищати права ліцензіата (покупця ліцензії) від порушень з боку третіх осіб; вживати заходів щодо патентного захисту наступних винаходів, спрямованих на розвиток і поліпшення об'єкта ліцензії.

Ліцензіат зобов'язаний у встановлені терміни виплачувати винагороду за ліцензією; дотримуватися отриманої документації і технологічних рекомендацій; в обумовлений термін розгорнути виробництво за ліцензією, довівши його до встановленого рівня, який би забезпечував визначені прибутки; гарантувати високу якість продукції, яка виготовляється за ліцензією; допомагати ліцензіару в патентному захисті його розробок, а в



необхідних випадках у судовому захисті його прав; інформувати ліцензіара про удосконалення об'єкту ліцензії і обмінюватися цими удосконаленнями у відповідності із взаємною домовленістю.

Класифікація ліцензійних договорів здійснюється за декількома ознаками. За змістом розрізняють *ліцензії патентні (об'єкт ліцензії захищений патентом)* і *ліцензії на ноу-хау*. За обсягом переданих прав розрізняють просту, виняткову і повну ліценції.

*За договором простої ліцензії* продавець (ліцензіар) надає покупцю (ліцензіату) право на використання винаходу у певних межах, наприклад, у визначеному обсязі (тонни, штуки), на визначеній території. За ліцензіаром зберігається право необмеженого використання винаходу і продажу ліцензії на нього необмеженому колу третіх осіб. Предмет такої ліцензії переважно відноситься до сфери масового виробництва і вжитку, де облік виробленої продукції утруднений або неможливий, потреба у виробленій продукції велика і наявність декількох ліцензіатів не викликає суперечок між ними з приводу реалізації цієї продукції.

*За договором виняткової ліцензії* ліцензіар надає ліцензіату виключне право на використання винаходу. Ліцензіар залишає за собою право використовувати винахід в межах, обумовлених договором і не може надавати ліцензії третім особам. У договорі може бути встановлене право ліцензіата укладати від свого імені ліцензійні угоди з третіми особами.

*За договором повної ліцензії* ліцензіат одержує всі засновані на патенті права протягом встановленого строку, частіше за все дії патенту. Такі договори укладаються у випадках, коли ліцензіар не має достатніх можливостей для самостійного використання об'єкта ліцензії.

Зустрічаються договори, в яких сполучаються умови простої і виняткової ліцензії.

*Об'єктом ліцензійної угоди може бути ноу-хау*, тобто технічні знання, досвід, секрети виробництва, необхідні для реалізації ліцензії. Ноу-хау є навмисно не запатентованим винаходом, що зберігається у таємниці, або елементом винаходу, також навмисно не включеним в опис. Ноу-хау може бути

непатентоздатним, але щільно пов'язаним з винаходом. В Україні під ноу-хау розуміються знання і досвід, що не мають правової охорони, зокрема: методи і навички проектування, будівництва, виробництва, проведення НДДКР, налагоджувальних та інших робіт; досвід розробки і використання технологій; склад і рецептури матеріалів, речовин, сплавів; методи і способи лікування, пошуку і видобутку корисних копалин; знання і досвід адміністративного, економічного та фінансового змісту. В Україні немає спеціальних правових норм щодо ноу-хау, їх використання визначається угодами. Конфіденційність по відношенню до змісту ноу-хау є основною умовою таких угод.

*Ноу-хау науково-технічного характеру* включає досягнення, знання, досвід, отримані в результаті НДДКР, виробництва, монтажу й експлуатації нової техніки, проектування і будівництва. *Ноу-хау управлінського характеру* включає ефективні структури і методи управління, методи кооперації підприємств. *Ноу-хау комерційного характеру* включає знання і досвід в області реалізації продукції: маркетингові дані, дані про авторитетні фірми-посередники і збутові фірми. *Ноу-хау фінансового характеру* включає в себе дані про вигідні форми використання коштів і капіталовкладень з урахуванням курсів валют, особливостей податкових систем, митних обмежень, форм кредитування.

Передача ноу-хау стає частиною промислового кооперування, продажу технологій, спільних НДДКР. У ліцензійний договір на передачу ноу-хау звичайно включається умова про нерозголошення ноу-хау як у період дії договору, так і після його закінчення. Цей обов'язок лежить на ліцензіаті. В договорах (угодах) на передачу ноу-хау обумовлюється порядок ознайомлення співробітників ліцензіата з ноу-хау з метою уникнення розголошення таємниці, яку містить ноу-хау.

*Інжиніринг* є порівняно новим видом послуг інноваційного типу. Реалізація винаходів лише на основі їх описів іноді буває неможливою, тому виникає питання про передачу не тільки права на використання винаходу, але й секретів виробництва (ноу-хау). Водночас і ноу-хау може виявитися недостатнім для ліцензіата, внаслідок чого виникає питання про надання

останньому інжинірингу. Інжиніринг - це роботи і послуги, що включають в себе: розробку техніко-економічних обґрунтувань (ТЕО); проведення НДДКР та інженерно-вишукувальних робіт; розробку будівельних проектів, конструювання машин, устаткування, приладів, виробів; розробку рецептури матеріалів, речовин, сплавів і проведення їхніх випробувань; розробку технологій; авторський нагляд; пусконаладжувальні роботи; економічні і фінансові консультації.

Порядок надання інжинірингу є схожим з порядком надання ліцензії, але в даному разі укладається не ліцензія, а контракт. Виділення інжинірингу в самостійний бізнес - закономірний результат поєднання науки з виробництвом. За видом послуг розрізняють чотири групи інжинірингових фірм: інженерно-консультативні, інженерно-будівельні, консультативні з питань організації і управління, інженерно-дослідницькі.

*Інженерно-консультативні фірми* надають послуги типу інжиніринг (консультації і доповіді, підготовка ТЕО проекту, розробка проекту), як правило, без постачання машин і устаткування або будівництва об'єктів. *Інженерно-будівельні фірми* виконують будівництво об'єктів «під ключ» або виступають в якості підрядників. *Консультативні фірми з питань організації і управління* надають послуги щодо реорганізації структур, організації виробничих і супутніх процесів, управління персоналом. *Інженерно-дослідницькі фірми* спеціалізуються на розробці технологічних процесів і матеріалів, впровадженні нововведень, нагляді за пуском в експлуатацію спеціального устаткування.

*Лізинг* - це передача в користування на довгий строк доходного майна. Підприємство, що бажає одержати устаткування, може його купити або орендувати. Підприємство, що виготовляє устаткування, орієнтується, як правило, на його продаж, а не на передачу в оренду. Вихід полягає в пошуку посередника, готового купити устаткування в інтересах третьої особи з тим, щоб здати його останній в оренду. З економічної точки зору відбувається те ж саме, що і при покупці в кредит. Клієнт вносить протягом погодженого строку щомісячні внески до установи, що його фінансує, причому остання для

забезпечення погашення кредиту зберігає право власності на об'єкт лізингу. Позичальник може стати власником узятого в лізинг об'єкта тільки після закінчення строку дії договору.

Для лізингодавця операція лізингу є фінансовою: він позичає гроші, купує та віддає в оренду майно, яке придбав для підприємця-наймача на його прохання. Лізингодавець і наймач підписують контракт, у якому наймач зобов'язується виплачувати періодичну плату за весь строк оренди (декілька років - для машин, 20 років і більше - для нерухомості). Орендна плата включає в себе відсотки за кредит, відшкодований капітал відповідно до амортизації, прибуток лізингодавця. Плата за оренду здійснюється у встановленому порядку, навіть якщо орендоване майно не приносить очікуваних результатів. Наймач повинен застрахувати себе від втрат і руйнації орендованого майна в страховій компанії.

У залежності від типу лізингового контракту по його закінченні наймач має право: купити майно за суму, зазначену у контракті; відновити контракт найму на новий період; повернути майно власнику (у такому разі контракт має передбачати прийнятний для лізингодавця ступінь зносу). Контракт лізингу є місцевим, коли наймач і лізингодавець мешкають в одній країні, або міжнародним. Строк контракту може бути коротким, середнім або довгим. Плата за оренду може бути стабільною або змінюваною, амортизація - лінійною або прогресивною.

При використанні лізингу можна вести переобладнання виробництва на базі сучасної технології або здійснювати випуск продукції на рівні сучасних вимог ринку без великих інвестицій. До Об'єднання європейських лізингових товариств зі штаб-квартирою у Брюсселі входять товариства 17 європейських держав. Найбільша частка лізингу в промислових інвестиціях спостерігається у Великобританії, Швеції, Франції, ФРН, Іспанії (14-18%). У США, азіатському регіоні і Австралії показники по лізингу перевершують європейські, зокрема в Австралії майже третина промислових інвестицій фінансується на основі лізингу.

**Франчайзинг** - це тривале ділове співробітництво, у процесі якого велика компанія дає індивідуальному підприємцю або групі підприємців ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або послугами під торговою маркою даної компанії на обмеженій території, на строк і на умовах, визначених договором. Компанії, які надають послуги типу «франчайзинг» у такий спосіб поширюють бізнес, підприємці, які користуються цими послугами відкривають власний бізнес і швидко його розвивають під егідою великої компанії.

Компанія, що передає право на продаж продукту і послуг, називається *франчайзер*. Компанія (або підприємець), що купує ці права, називається *франчайзі*. Франчайзер видає ліцензію або передає у користування товарний знак, ноу-хау, операційні системи. Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт або послуги за визначеними правилами, що встановлює франчайзер у контракті. В обмін на дотримання цих правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я компанії, її репутацію, продукт і послуги, маркетингові технології, експертизу і механізми підтримки. Щоб одержати такі права, франчайзі робить початковий внесок франчайзеру, а потім сплачує щомісячні внески. Це своєрідна оренда, тому що франчайзі не є повним власником товарного знака, а просто має право певний період його використовувати.

*Франшиза* - це повна система ведення бізнесу, яку франчайзер продає франчайзі. Іншою назвою бізнес-системи слугує франчайзинговий пакет, що включає в себе посібник по веденню робіт і інші важливі матеріали, що належать франчайзеру. *Франчайзинговий пакет* дозволяє підприємцю вести свій бізнес успішно, навіть не маючи попереднього досвіду в даній області. Франчайзі сам фінансує створення бізнесу, проте франчайзер може надати можливість франчайзі купувати ресурси і продукти у франчайзера зі знижками. Якщо франчайзі додержується договору і веде успішний бізнес, його прибуток перевершує витрати. Будь-який вид бізнесу можна перетворити у франчайзинг. Міжнародна асоціація франчайзинга виділяє 70 видів діяльності, у яких можна використовувати методи франчайзингу.

#### **6.4. Захист інтересів України в інноваційній сфері**

Глобалізація економіки провокує поглиблення технологічного розриву між країнами і водночас створює умови для міжнародного науково-технічного кооперування та опанування ніш на ринках технологій. Однаково важливим є протистояння загрозам з боку країн-конкурентів і найбільш повне використання можливостей міжнародної взаємодії.

Проблему глобальної конкуренції слід розглядати через призму інноваційної безпеки держави. *Інноваційна безпека держави визначається спроможністю її науково-інноваційного потенціалу генерувати якісні зрушення в національній економіці; протистояти зовнішнім технологічним загрозам; гідно презентувати себе на світовому ринку технологій.* Нехтування критеріями інноваційної безпеки загрожує: втратою конкурентоспроможності; відставанням від інших країн через структурно-галузеву, технологічну та інтелектуальну несумісність; витісненням країни на узбіччя технологічного прогресу і перетворенням її на сировинний придаток розвинених країн.

Технологічне відставання накопичується тривалий час і одразу дається взнаки у критичний момент. Для України цей момент припав на початок лібералізації зовнішньоекономічних відносин на тлі зменшення державної підтримки інноваційної сфери, руйнування науково-технічної та виробничої кооперації в межах СНД, зменшення платоспроможного попиту вітчизняних підприємств на інтелектуальну продукцію. Внаслідок цього науково-інноваційний потенціал України зазнав відчутних втрат. Водночас, у стратегіях країн-лідерів вирішальна роль відводиться технологічному домінуванню, що дозволяє отримувати значну «технологічну ренту».

Головними загрозами інноваційній безпеці України слід вважати:

- низький рівень фінансування НДДКР і похідні загрози (втрата наукових кадрів та інтелектуальної власності; нераціональна структура науково-технічного потенціалу, зменшення інноваційної активності);
- слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій;
- зниження рівня «інтелектуалізації» експорту і зростання імпортозалежності країни від наукоємних товарів;

- недостатній рівень інформаційного забезпечення інноваційної сфери;
- невдала податкова політика держави, яка пригнічує інноваційний розвиток підприємств, отже й економіки в цілому;
- повільний розвиток ефективних форм інноваційної діяльності. *Рівень фінансування НТР, або наукоємність (ИУ)*, обчислюється як відношення обсягу фінансування НТР з усіх джерел (УР) до ВВП (СЮР).

Порівняння фактичного і порогового значення цього індикатора визначає стан інноваційної безпеки. Порогове значення визначається на основі аналізу інноваційної ситуації в країні та інших країнах світу.

Внаслідок недостатньої бюджетної підтримки і слабких інвестиційних можливостей підприємств рівень фінансування НТР в Україні досить низький (у 2001 р. - 1,20%, у 2005 р. - 1,21% ). В розрахунку на душу населення рівень фінансування НТР в Україні у 2000 р. не перевищував 8 дол. США , в 2005 р. цей показник підвищився до 21 дол. США.

Внутрішні витрати на НДДКР і чисельність дослідників в Україні та інших країнах за даними на 2003 р. наведено у табл. 6.1.

Дефіцит фінансових ресурсів у сфері науково-технічної діяльності викликає *похідні загрози*, а саме: відтік кадрів, у тому числі їх еміграцію; втрату інтелектуальної власності; нераціональну структуру науково-технічного потенціалу; зниження інноваційної активності у промисловості.

Таблиця 6.1.

### Порівняння показників наукоємності в окремих країнах\*

Показники	Росія	США	Японія	Німеччина	Великобританія	Франція	Італія	Канада	Україна
Внутрішні витрати на НДДКР, у відсотках до ВВП	1,29	2,68	3,15	2,52	1,88	2,16 (2004)	2,18	1,95	0,42
Частка бюджетних асигнувань у витратах на	58,4 (2002 р.)	31,20	17,56	31,14	31,29	38,36	50,80	34,50	29,8

НДДКР, відсотки									
Чисельність дослідників, тис. чол.	487,5	1261,2	675,3	264,7	157,7	186,4	71,2	112,6	83,9
Чисельність дослідників на 10 тис. осіб зайнятого населення, осіб	73	93	104	69	55	75	30	72	38

\* За даними ОЕСР «Main Science and Technology Indicators, 2006»

\*\* *Россия и страны - члены Европейского Союза: Стат. зб./Росстат. - М., 2005 — С 63, 198, 202.*

\*\*\* За даними «Наукова та інноваційна діяльність в Україні» /Держкомстат. - К., 2005 — С 38, 94, 184.

Відтік науковців і кваліфікованих фахівців з наукової сфери є відчутною негативною тенденцією. Чисельність спеціалістів, що безпосередньо виконують НТР, зменшилася у 2005 р. проти 1991 р. майже на 64,2% (з 295 тис. чол. до 105,5 тис. чол.), у тому числі - кандидатів наук на 38,9% (з 27,8 тис. до 17,0 тис.). Одночасне зменшення наукових працівників у всіх секторах науки (академічному, вищих навчальних закладів, галузевому та заводському) свідчить про відтік їх у комерційну та фінансову сфери. «Відплив умів» відбувається також через еміграцію (у 1996–2005 рр. з України емігрувало 295 докторів наук, понад 1000 кандидатів наук). Еміграції науковців сприяє те, що країни зацікавлені в «імпорті інтелекту». В деяких країнах, які є технологічними лідерами (США, Німеччина), запроваджуються спеціальні послаблення в еміграційних правилах для залучення науковців. Україна є однією з країн-донорів щодо постачання в інші країни висококваліфікованих вчених та спеціалістів.

Втрата інтелектуальної власності відбувається через правову та інформаційну незахищеність інтелектуальної продукції вітчизняних авторів і через еміграцію науковців, що є безпосередніми носіями інтелектуальної продукції. Ще одним шляхом втрати інтелектуальної власності є купівля



зарубіжними інститутами і корпораціями українських розробок на стадії ідей. В останні роки спостерігається збільшення частки НДДКР, виконаних на замовлення зарубіжних фірм, у загальному обсязі НДДКР.

*Нераціональною є структура науково-технічного потенціалу України (НТП). У заводському секторі науки у 2000 р. працювали 6,7% науковців від їх загальної чисельності, у 2005 р. 5,5% . Решта дослідників працювали в академічному, вищих навчальних закладів і галузевому секторах. Підприємства скорочують виробництво наукоємної продукції на користь технологічно простішої: у 2004 р. частка машинобудівної продукції в обсязі реалізованої промислової продукції у фактичних цінах становила 13,4%, у 2005 р. - 12,8%.*

Таке становище полегшує проникнення імпортої високотехнологічної продукції на внутрішній ринок України і, водночас, призводить до атрофії науково-технічних досліджень і наукоємних галузей вітчизняної промисловості, зниження конкурентоспроможності національної економіки.

*Зменшилася інноваційна активність в промисловості України: частка підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, в загальній їх кількості у 2005 р. склала 11,9% проти 13,7% - в 2004 р. та 18% - в 2000 р. Брак у підприємств власних коштів, велика вартість кредитів, дефіцит фінансування і відсутність системи мотивації творчого пошуку на рівні держави призводять до скорочення кількості створених зразків нової техніки, падіння їх технічного рівня, скорочення чисельності винахідників, авторів промислових зразків і раціоналізаторських пропозицій.*

*Слабкий розвиток трансферу технологій є ще однією економічною загрозою. Майже всі ліцензійні технології, що надійшли в Україну, не належать до новітніх і надходили не менш як з 10-річним запізненням, що закріплює технологічну відсталість вітчизняного виробництва.*

Інтеграція у світовий науково-технічний простір вимагає поглиблення міжнародного кооперування через трансфер технологій, лізинг наукоємного обладнання, надання консультативних, інформаційних та інжинірингових послуг. Важливе значення для успішного трансферу технологій має правова захищеність інтелектуальної власності. У 2000 р. після спаду активності у

поданні заявок на об'єкти промислової власності (ОПВ) ситуація в Україні в цілому поліпшилася. Так, у 2005 р. видано 24 401 охоронний документ на ОПВ, що на 8,1% більше, ніж у 2004 р. Це свідчить про бажання національних продуцентів захистити свою інноваційну продукцію.

Намітилась загроза зниження рівня «інтелектуалізації» експорту і зростання імпортозалежності України від наукоємних товарів (табл.6.2).

Таблиця 6.2.

*Динаміка експорту-імпорту наукоємної продукції України за 1994-2005 роки<sup>1</sup>*

Роки	Обсяг експорту, млн дол. США	Частка групи товарів в обсязі експорту, %	Обсяг імпорту, млн дол. США	Частка групи товарів в обсязі імпорту, %	Сальдо (експорт-імпорт), млн дол. США	Коефіцієнт покриття, експорт/імпорт
1994	2128,3	18,4	1948,6	14,1	179,7	1,09
1995	2149,9	16,9	2070,4	13,4	79,5	1,04
1996	2102,9	14,6	3178,5	18,1	-1075,6	0,66
1997	1969,6	13,8	3687,2	21,5	-1717,6	0,53
1998	1785,3	14,1	3408,5	23,2	-1623,2	0,52
1999	1388,6	12,0	2254,6	19,0	-866,0	0,62
2000	1859,3	12,8	2624,8	18,8	-765,5	0,71
2001	2340,0	14,4	3378,6	21,4	-1038,6	0,69
2002	2630,5	14,6	3784,6	22,3	-1154,1	0,69
2003	3633,5	15,8	5715,5	24,8	-2082,0	0,64
2004	5658,1	17,3	7785,1	26,8	-2127,0	0,73
2005	4627,8	13,5	10049,4	27,8	-5421,6	0,46

<sup>1</sup> Показники за 1994-1999 рр. розраховані за даними: Зовнішня торгівля України / Держкомстат України.- К., 2001.- С. 36, 37, 44, 45 (товарні групи 8490); за 2000-2005 рр. Зовнішня торгівля України / Держкомстат України.-К., 2006.- С. 30,36, 37, 39, 46, 47.

Аналіз даних таблиці свідчить, що, починаючи з 1996 р., імпорт наукоємної продукції в Україну значно перевищував її експорт.

*Повільно розвиваються в Україні ефективні форми інноваційної діяльності.* Зокрема, велике значення для розвитку інноваційного потенціалу регіонів України має *утворення територіально-виробничих систем.* Це дозволяє побудувати корпоративно-коопераційний каркас регіональної економіки і підвищити її інноваційні можливості. Світовий досвід свідчить про високу ефективність «кластерів», які є територіальним об'єднанням взаємопов'язаних підприємств у межах одного або декількох регіонів, у тому числі прикордонних. Кластери створюють агломераційну економіку.

Залучення світового капіталу, а разом з цим передових технологій і досвіду менеджменту набуває для України великого значення.

Переважною формою сприйняття прямих іноземних інвестицій слід вважати *спільні підприємства (СП).* Співробітництво в формі СП має значні переваги. По-перше, українські підприємства залучають зовні матеріальні, фінансові та інтелектуальні ресурси. По-друге, об'єднуються інтереси партнерів щодо технологічного розвитку і освоєння нових ринків. По-третє, іноземний інвестор використовує досвід і зв'язки українського партнера всередині країни, що зміцнює коопераційний каркас української економіки.

*Стратегічним завданням забезпечення інноваційної безпеки держави має бути забезпечення прогресивних пропорцій між інтелектуальним потенціалом та іншими ресурсами виробництва, а також створення конкурентних переваг у високотехнологічних галузях.* Для цього необхідні масштабні заходи з оновлення науко-во-інноваційної системи; створення у науково-технічній та виробничій сфері потужного прошарку інноваційних менеджерів; збереження інтелектуального багатства та підвищення престижу інтелектуальної праці в Україні.

*Збільшення фінансування НТР* можливе за рахунок розширення джерельної бази інвестування науки та інновацій. Граничний для України розмір фінансування НТР має бути на рівні не менше ніж 2% від ВВП. Визначальним принципом інвестиційної політики України слід вважати

*принцип сполучення інвестицій з інноваціями.* Стратегія інноваційної безпеки має формуватися з огляду на те, що жодна країна не може підтримувати на високому рівні всі напрями науки та технології. Обмежені ресурси слід зосереджувати на пріоритетних інноваційних напрямках, забезпечених науково-технічним потенціалом і досягненнями світового рівня, які визначають місце України у світовому розподілі інтелектуальної праці.

Наприклад, в оборонно-промисловому комплексі Україна успадкувала близько 20% наукових центрів і 30% виробничих потужностей СРСР, зокрема 28% обсягів НДДКР і виробництва ракетно-космічного комплексу СРСР. До перспективних слід віднести матеріалознавство та деякі інші галузі української науки, які вже інтегровані у світовий ринок науково-технічної продукції. Повністю слід використовувати можливості венчурного фінансування для розвитку наукових шкіл і оновлення виробництва.

*Результативність участі України у міжнародному трансфері наукоємної продукції* залежить від підвищення конкурентоспроможності промислової продукції, вдосконалення національної системи патентування, технологічного регулювання, стандартизації, метрології, ліцензування та сертифікації продукції, системи контролю за дотриманням стандартів тощо.

З метою подолання технологічного відставання доцільно купівлю ліцензій здійснювати насамперед по тих технологіях, де за рахунок вітчизняних досліджень можна здійснити суттєві вдосконалення. Це дозволить вітчизняним ліценціатам отримати не лише юридичне право на використання чужого рішення, але й випередити конкурентів за рахунок патентування удосконалень. Таким чином діяли японські компанії.

*Для забезпечення більш вигідного сальдо у зовнішній торгівлі наукоємними товарами і послугами* необхідно стимулювати нарощування обсягів виробництва та експорту високотехнологічної продукції в інтересах забезпечення інноваційної безпеки держави. Державна інноваційна політика по відношенню до пріоритетних галузей має диференціюватися за характером і масштабами підтримки. Для реалізації інноваційних проектів, які мають загальнодержавну важливість і суттєво впливають на стан інноваційної

безпеки, можливо застосовувати фінансування на безповоротній основі. Для опанування внутрішнього і світових технологічних ринків необхідним є сприяння комерціалізації результатів НДДКР, створення та активна діяльність вітчизняних фінансово-промислових груп і транснаціональних корпорацій, стимулювання інноваційного підприємництва, венчурного бізнесу та лізингу коштовного сучасного устаткування.

*Підвищенню рівня інформаційного забезпечення інноваційної сфери* сприятиме проведення комплексних заходів щодо входження України у світовий інформаційний простір; виробництво сучасних вітчизняних технічних інформаційних засобів; впровадження ефективних режимів отримання, зберігання, поширення і використання економічної інформації.

У світі зараз створюється глобальна інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура. Із запуском у дію супутникових систем нового покоління (Iridium, Teledesic) обстановка в цій сфері зміниться радикально. Мова йде про створення глобальних інформаційно-телекомунікаційних систем, які відіграватимуть роль нервової системи нового світового порядку. Можливості Інтернет віддалено ілюструють ситуацію, що виникне у найближчі роки.

У розвинених країнах розвивається інформаційна складова бізнесу. Світова індустрія інформаційно-комунікаційних технологій, за оцінками Світового банку, перевищує 800 млрд. дол. США, відбувається перехід до інформаційної ери розвитку цивілізації. До 30% працездатного населення світу, зайнятого у сфері економіки, зв'язано з обробкою економічної інформації, і ця частка може зрости до 70%. Україна має активізувати створення інформаційної інфраструктури і входження у глобальну інформаційну інфраструктуру, що забезпечить у тому числі інформаційну підтримку і конкурентоспроможність вітчизняного бізнесу.

Водночас, необхідно враховувати можливість витoku науково-технічної інформації, насамперед у чутливих для безпеки держави галузях. Саме на етапі впровадження новітніх розробок частіше за все відбувається втрата «ноу-хау», результатів досліджень, іншої інтелектуальної продукції. Тому необхідні

додаткові заходи щодо збереження таємниць науково-технологічного, фінансового та комерційного характеру.

*Вдосконалення податкової політики у напрямі забезпечення інноваційного розвитку* пов'язане із повною реалізацією Закону України «Про інноваційну діяльність». В законопроекті передбачається, що при затвердженні програми діяльності уряду, державних програм економічного і соціального розвитку Верховна Рада України затверджуватиме у їх складі пріоритетні напрями інноваційної діяльності, визначатиме обсяг бюджетних асигнувань для фінансової підтримки такої діяльності, здійснюватиме контроль за діяльністю уряду у цій сфері, в тому числі щодо виконання інноваційних проектів, яким надавалася бюджетна фінансова підтримка.

Пропонується також запровадження державного реєстру інноваційних проектів та державного реєстру інноваційних структур. Оподаткування цих проектів і структур пропонується здійснювати у порядку, згідно з яким 30% податку на додану вартість та податку з прибутку залишаються у розпорядженні платника податків і можуть використовуватися виключно на науково-інноваційну діяльність і розвиток власних дослідно-експериментальних баз.

Згідно з цим законом для інноваційних підприємств передбачена прискорена амортизація основних фондів та земельний податок у розмірі 50% діючої ставки оподаткування. Передбачені митні пільги, аналогічні тим, що прийняті для технопарків. Суттєвим є передбачене у законі стимулювання комерційних банків до кредитування інноваційних проектів.

Проте певні норми цього закону заморожені, крім того необхідним є прийняття відповідних змін до законодавчих актів з питань оподаткування, згідно з якими розмір бази оподаткування прибутку підприємств та організацій повинен повністю або частково зменшуватися на суму коштів, спрямованих ними безпосередньо на науково-інноваційну діяльність.

Для створення ефективних форм інноваційної діяльності необхідно залучити досвід організації територіальних кластерів, що орієнтовані на виробництво продукції світового рівня, сприяють мобілізації коштів для

розвитку територіальних утворень інноваційного типу (технополісів, бізнес-парків, експортно-орієнтованих зон, вільних економічних зон, територій пріоритетного розвитку). Кластерний підхід дозволяє підвищити конкурентоспроможність економіки регіонів, їх інвестиційну привабливість, зміцнити міжрегіональні та транскордонні науково-технічні зв'язки.

За умов дефіциту фінансових ресурсів слід використати можливість поєднання потенціалу українських наукових шкіл з вітчизняним та іноземним фінансовим капіталом через розвиток венчурного інноваційного підприємництва. Необхідно всіляко підтримувати розвиток ринкової інноваційної інфраструктури.

Актуальність зазначених заходів підвищується напередодні приєднання України до Світової організації торгівлі (СОТ), оскільки місце України у гео економічному просторі буде визначатися конкурентоспроможністю на ринках товарів і послуг, насамперед, на ринках наукоємної продукції.

*Інформаційне забезпечення є важливим фактором прискорення НТП, а інформаційні ресурси - важливою складовою інтелектуальної власності.* Глобальна комп'ютеризація, мережа INTERNET внесли до сучасного життя нові можливості, але й нові загрози. Через несанкціоновані проникнення до комп'ютерних систем банків, компаній та міжнародних корпорацій безліч технологічних та комерційних таємниць переходить до інших власників. За цих умов, в інтересах технологічної безпеки держави, необхідно запровадити заходи щодо запобігання можливих інформаційних втрат насамперед у найважливіших галузях науки та виробництва.

Тому у складі інноваційно-технологічної безпеки слід приділяти увагу *інформаційній безпеці*. В доктринах і концепціях інформаційної безпеки України недостатньо уваги приділяється ролі інформації у забезпеченні економічного зростання. Водночас у світі відбувається сплеск інформатизації бізнесу, великі компанії створюють власні медіа-холдінги для того, щоб підвищувати свій імідж на глобальному ринку. В розвинених країнах широко використовуються всі засоби інформації для освоєння науково-технічних досягнень інших країн та презентації власних переваг.

За умов взаємопроникнення суспільно-економічних систем доцільно застосовувати наступально-захисний підхід до забезпечення інформаційної безпеки з метою максимального захоплення інформаційного і економічного простору. *Отже, інформаційна безпека держави — це спроможність держави гідно презентувати себе у світовому інформаційному просторі, ефективно використовувати світові інформаційні ресурси для соціально-економічного розвитку, надійно захищати життєво важливі інтереси особистості, підприємців, громадських організацій та суспільства від негативних зовнішніх інформаційних впливів і несанкціонованого оприлюднення конфіденційних відомостей, що належать до інтелектуальної власності або є таємницею даної держави та її господарюючих суб'єктів.*

Світ переживає процес швидкого впровадження новітніх інформаційно-телекомунікаційних та кібернетичних технологій. Швидке розповсюдження локальних та глобальних мереж створює нову якість транскордонного інформаційного обміну, що впливає на політику, економіку, культуру, міжнародні відносини, національну та міжнародну безпеку.

Останнім часом роль інформаційних аспектів економічної безпеки істотно зросла завдяки стрімкому розповсюдженню електронних інформаційних технологій, володіння якими стало визначати місце держави у сучасному світі. В інформаційному секторі економіки США зайнятість ще у 1991 р. досягла 48,3% і частка цього сектора продовжує збільшуватися. У 2002 р. на США припадало 42% світових витрат на інформаційні технології, щорічний внесок ІТ-індустрії у приріст ВВП США становить 27%. Найбільші прикладні можливості, перспективи і динаміку має INTERNET.

Глобальна інформатизація відбиває сутність постіндустріального розвитку і є *ключовим технологічним викликом* ХХІ століття. Жодна країна не має необхідних коштів, щоб капіталізувати глобальний Інтернет. Міжнародний обмін інформацією сприяє розвитку глобальної інформаційної інфраструктури. Створюються умови для становлення самодостатніх Інтернет-економік, на котрі не можуть впливати уряди. У сучасних Інтернет-компаній своє глобальне середовище і глобальні механізми конкуренції. Якщо Інтернет-провайдери



стикаються з високими цінами на оренду ліній в тій чи іншій країні, вони передають інформацію до країн, де оренда ліній найменша. Якщо країни встановлюють жорсткі умови Інтернет-зв'язку, Інтернет-компанії вестимуть бізнес в більш сприятливому діловому кліматі.

Щоб увійти у світовий економічний простір повноправним економічним агентом, Україна має увійти у світову інформаційно-телекомунікаційну систему повноцінним самостійним абонентом. Поки що, на жаль, Україна не репрезентована в достатній мірі в міжнародних інформаційних мережах, що не дає змоги підтримувати позитивний імідж держави та її підприємств за кордоном, демонструвати їх потенціал та конкурентні переваги. За умови збереження сучасних темпів розвитку телекомунікаційної інфраструктури (щорічно в експлуатацію вводиться близько 300-400 тисяч номерів) європейський рівень Україною буде досягнуто лише через 30-35 років.

У 2003 році в Україні на 1000 мешканців припадало 19 персональних комп'ютерів (у США - 660; Японії - 382; Німеччині - 431; Данії - 577). Кількість абонентів мобільного зв'язку на 100 осіб в Україні становила 8,4 осіб, а кількість Інтернет-хостів на 1000 мешканців - 2, що у 267 разів менше ніж у США, у 28 разів менше ніж у ЄС, у 19 разів менше за світовий показник.

*Головними напрямками державної інформаційної політики має бути:*

- полегшення доступу фізичних і юридичних осіб до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації та активне входження у світовий інформаційний простір;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності;
- забезпечення ефективного використання інформації, оновлення, збагачення та збереження національних інформаційних ресурсів;
- створення загальної системи охорони інформації;
- активне міжнародне співробітництво в галузі інформації при гарантуванні інформаційного суверенітету України.

## ТЕМА 7. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ

### *7.1. Сутність проблеми оцінювання ефективності інновацій*

Виходячи з того, що інноваційна діяльність є вирішальним елементом розвитку сучасного виробництва, проблеми економічного обґрунтування інноваційних рішень набувають особливої актуальності. Ці проблеми важливі як на рівні підприємств (організацій), так і на вищих рівнях управління національною економікою, зокрема при розподілі бюджетних коштів на фінансування науково-технічних, соціальних та інших загальнодержавних програм.

Особливістю підходів до оцінювання ефективності інновацій господарюючих суб'єктів різних рівнів, що діють у ринкових умовах, слід вважати різницю в цілях, які вони визначають у своїй діяльності. Так, державні органи влади й управління, що мають регулювати соціально-економічні процеси в державі, виходять із глобальних завдань розвитку суспільства в цілому. Держава формує зовнішні умови (інноваційну політику) для господарювання підприємств, стимулюючи зростання національної економіки. В економічній літературі звертається увага на необхідність нових підходів до оцінювання ефективності інновацій в умовах ринкової економіки.

За часів державної власності та централізованих методів управління переважав єдиний методологічний підхід для всіх організацій до оцінювання ефективності господарських рішень.

Сутність його визначалась принципом: усе, що вигідно державі, має бути вигідним для всіх суб'єктів господарювання, тобто цей підхід передбачав для всіх глобальний критерій ефективності капітальних вкладень – економічний ефект, що одержується на всіх стадіях і етапах реалізації нововведень – від проведення досліджень і розробок до використання інновації споживачем.

Методичні суперечки торкалися лише показників, якими оцінювався цей ефект, – це «приведені витрати» на реалізацію новини чи інтегральний показник – «річний економічний ефект».

Крім того, виділення коштів на здійснювання капітальних вкладень в основному було безоплатним. За такого підходу можна придбати за кордоном нове обладнання, яке не використовувалось або використовувалось на не повну потужність, бо не вписувалось в існуючі технологічні процеси. Це призводило до зростання витрат на виробництво, формування цін за витратним принципом і до інших негативних наслідків.

У сучасних ринкових умовах підвищуються вимоги до економічних вимірів і економічних обґрунтувань прийняття рішень стосовно інноваційних проектів, які можуть фінансуватись тільки після економічної оцінки кожного з можливих їх варіантів. Слід зважати на те, що підприємства (організації) будують свою діяльність в напрямі досягнення своїх локальних цілей, насамперед можливості успішно функціонувати на ринках виробництва нових товарів і послуг, які з'являються в результаті впровадження нових технологій. Кінцевим результатом інноваційної діяльності будь-якої організації є виробництво конкурентоспроможної продукції та зміцнення позицій на ринку і свого фінансового стану. За такого підходу вибір кращого варіанта інноваційного проекту передбачає одержання більших результатів з меншими чи однаковими витратами. Отже, в загальному вигляді економічна ефективність інновацій визначається порівнянням результатів з витратами, що забезпечили цей результат.

Водночас у деяких наукових публікаціях висловлюється думка, що необхідно розрізняти ефективність і результативність. Наприклад, у широко відомому підручнику «Основи менеджменту» звертається увага на те, що організація має бути і ефективною, і результативною. Результативність, на думку П. Друкера, є наслідком того, що «робляться потрібні, правильні речі» (doing the right things), а ефективність є наслідком того, що «правильно створюються ці самі речі» (doing things right). І перше, і друге однаково важливі. Стосовно питання визначення ефективності інноваційної діяльності такий підхід, на думку А. Е. Герасимова, особливо актуальний. Справді, одержуючи інновацію (у вигляді нового продукту, технології, методів організації й управління), що є результатом інноваційного процесу, важливо не

тільки одержати нововведення з мінімальними витратами, а й саме нововведення як цінність, що має бути корисною і потрібною, тобто відповідати певним вимогам як з боку підприємства, яке ініціює його впровадження, так і з боку споживачів цієї інновації.

Виходячи з цього, ефективність інноваційної діяльності слід визначати з урахуванням таких підходів:

1) оцінка економічної ефективності нововведення стосовно підприємства, тобто як воно забезпечує конкурентоспроможність, прибуток і фінансову стабільність підприємства;

2) оцінка ефективності управління інноваційною діяльністю з погляду забезпечення неперервності інноваційного процесу і досягнення кінцевої мети одержання новинок (продукту, технологій), які відповідають вимогам ринку;

3) урахування часу, тобто здатність одержувати необхідні результати за визначений проміжок часу. На думку Герасимова, тільки єдність вищезазначених компонентів дає змогу охарактеризувати ефективність управління інноваційною діяльністю, що здійснюється на підприємстві.

Як кількісні показники, що характеризують ефективність інноваційної діяльності, можна використовувати коефіцієнт фактичної результативності роботи, рекомендований ЮНІДО (Організацією Об'єднаних Націй з промислового розвитку).

Як показник, що відображає зміни результативності стадії НДДКР як чинника ефективності, пропонується використовувати відношення кількості розроблених винаходів (технічних рішень, ідей), які відповідають вимогам підприємства, до загальної кількості розроблених інновацій (технічних рішень, ідей).

При цьому слід ураховувати можливість взаємодії з зовнішнім середовищем підприємства, а саме: кількість об'єктів інтелектуальної власності, що купуються зі сторони і реалізуються в зовнішньому середовищі.

Для оцінювання економічної ефективності інновацій (інноваційних проектів) у вітчизняній практиці використовують систему показників, які широко висвітлюються в літературі. Ці показники відображають

співвідношення витрат і отриманих результатів, тобто тих вигід, які будуть одержані від реалізації інновацій.

Показники економічної ефективності відображають ефективність інноваційних проектів з точки зору інтересів усього національного господарства, а також регіонів, галузей виробництва, організацій, що беруть участь у проекті. При відборі інноваційних проектів і розрахунках показників ефективності на рівні національного господарства беруться до уваги такі результати проекту:

- кінцеві виробничі результати (виручка від реалізації нових товарів, інтелектуальної власності – ліцензій, ноу-хау, програм для ЕОМ тощо);
- соціальні й екологічні результати, розраховані, виходячи із спільних дій учасників проекту в регіонах;
- прямі фінансові результати;
- кредитні займи, інвестиції інших держав, банків, фірм і т. ін.;
- побічні фінансові результати, що їх обумовлюють при здійсненні проекту: зміни доходів сторонніх організацій і громадян, ринкової вартості земельних ділянок, будівельних споруд, утрати природних ресурсів та інші надзвичайні ситуації.

До складу витрат включаються передбачені в проекті і необхідні для його реалізації побічні й одночасні витрати всіх учасників проекту, обчислених без повторного врахування однакових витрат одних учасників у складі результатів інших учасників.

Оцінюючи ефективність інноваційного проекту, порівняння різночасових показників здійснюють шляхом приведення (дисконтування) їх до цінності в початковому періоді (до одного моменту). Таким моментом може бути, наприклад, рік початку реалізації інновацій.

За допомогою дисконтування у фінансових і економічних розрахунках ураховується чинник часу. Ідея дисконтування полягає в тому, що для фірми краще одержати гроші сьогодні, а не завтра, оскільки, будучи інвестованими в інновації (виробництво), вони вже завтра принесуть певний додатковий дохід. Наприклад, якщо сьогодні інвестувати в інноваційний проект 1 млрд. грн.,

розраховуючи одержати 10% доходу, то через рік вартість інвестицій становитиме 1,1 млрд. грн – це майбутня вартість вкладених інвестицій, а її поточна сучасна вартість дорівнює 1,0 млрд. грн.

Різниця між майбутньою вартістю і поточною вартістю називається дисконтом (англ. discount – обліковий відсоток). В економічному і фінансовому аналізі використовують спеціальний прийом для виміру поточної і майбутньої вартості однією грошовою одиницею. Цей розрахунковий прийом називається дисконтуванням. Процес дисконтування є зворотним нарахуванню складних відсотків. Метод нарахування за складним відсотком полягає в тому, що в першому періоді нарахування відбувається на початкову суму кредиту, потім вона підсумовується з нарахованими відсотками, і в кожному наступному періоді відсотки нараховуються на вже наращену суму. Таким чином, база для нарахування відсотків постійно змінюється. Сума, яка одержується в результаті накопичення відсотків, називається майбутньою вартістю суми вкладу після закінчення терміну, на який робиться розрахунок.

Початкова сума вкладу називається поточною вартістю.

**Приклад.** Якщо покласти в банк 1 дол. чи 1 млрд. при ставці 10 % за рік, то складний відсоток майбутньої вартості нараховують множенням поточної вартості на  $(1 \times \text{відсоткова ставка})$  стільки разів, на скільки років робиться розрахунок.

Отже, дисконтування, як і нарахування складних відсотків, ґрунтується на використанні відсоткової ставки. Чим нижча ставка відсотка і менший період ( $t$ ), тим вища теперішня величина майбутніх доходів. Дисконтна ставка (норма) визначається як прийнятна для інвестора норма доходу на капітал. Таким чином, дисконтування – це приведення один до одного потоків доходів/вигід і витрат рік за роком на основі норми дисконту ( $r$ ) з метою одержання поточної (сьогоднішньої) вартості майбутніх доходів/вигід і витрат, тобто за допомогою дисконтування визначається чиста поточна вартість інноваційних проектів.

Під час оцінювання ефективності інноваційних проектів передбачається розрахунок таких важливих показників, як:

- інтегральний ефект (чистий дисконтований дохід);
- внутрішня норма прибутковості (доходності);
- рентабельність інвестицій;
- період і строк окупності.

**Інтегральний ефект** визначається як сума поточних ефектів за весь розрахунковий період, приведена до початкового року, або як перевищення інтегральних результатів над інтегральними витратами. Інтегральний ефект ще називають приведеною вартістю, яка характеризує загальний абсолютний результат інвестиційного проекту.

**Внутрішня норма прибутковості (доходності) – IRR** (англ. internal rate of return) – це розрахункова відсоткова ставка, за якої одержані доходи (вигоди) від проекту стають рівними витратам на проект. Дається ще таке визначення – це той максимальний відсоток, який може бути сплачений для мобілізації капіталовкладень у проект. Рекомендується відбирати такі інноваційні проекти, внутрішня норма доходності яких не нижча ніж 15–20 %.

**Рентабельність (R)** визначається як співвідношення ефекту від реалізації проекту і витрат на нього. На практиці оцінки інноваційних проектів розраховують відношення приведених доходів до інвестиційних витрат (benefit/cost ratio). У зарубіжній літературі цей показник називають індексом доходності (profitability index). У чисельнику цього виразу – величина доходів, приведених до моменту початку реалізації інновацій, а в знаменнику – величина інвестицій в інновації (інноваційний проект), дисконтованих до початку процесу інвестування, тобто тут порівнюються дві частини потоку платежів – доходної та інвестиційної.

Індекс рентабельності тісно пов'язаний з інтегральним ефектом. Якщо інтегральний ефект позитивний, то індекс рентабельності  $JR > 1$ , і навпаки, якщо  $JR < 1$ , інноваційний проект вважається неефективним.

Строк окупності показує, протягом якого часу можуть окупитися інвестиції в інноваційний проект. Він, як правило, розраховується на базі недисконтованих доходів. У міжнародній практиці застосовується показник періоду окупності.

Під періодом окупності розуміється тривалість періоду, протягом якого сума чистих доходів, дисконтованих на момент завершення інвестицій, дорівнюватиме сумі інвестицій. Це період, необхідний для відшкодування початкових капіталовкладень за рахунок прибутків від проекту (чистий прибуток після відрахування податку + фінансові витрати + амортизація). Загальним для всіх показників ефективності інноваційного проекту є розрахунок коефіцієнта ( $Ke$ ) ефективності.

У плановій економіці величина  $En$  встановлювалась централізовано. У ринковій економіці кожна окрема фірма встановлює такий норматив або на рівні відсоткової ставки, або як норматив рентабельності інвестицій  $Rn$ .

Після цього розраховується строк окупності додаткових інвестицій в інновації, який являє собою період, протягом якого додаткові інвестиційні витрати на дорожчий варіант інновацій можуть окупитися завдяки приросту економічних результатів, зумовлених реалізацією інновацій.

При виборі варіанта розрахункове значення строку окупності порівнюють з його нормативним значенням  $Tn = 1 / E$ .

Ефективним буде варіант, коли  $Tr < Tn$ . Величина, зворотна строку окупності, називається **коефіцієнтом ефективності додаткових інвестиційних вкладень в інновації, або коефіцієнтом порівняльної ефективності –  $Er$** .

Розрахункові значення коефіцієнта ефективності порівнюють з нормативною величиною  $En$ . Якщо  $Er > En$ , то додаткові інвестиції в інноваційний проект ефективні.

Таким чином, для відбору інноваційних проектів використовуються показники відповідної економічної ефективності, які враховують зміни вартості порівнюваних варіантів.

Такими показниками є:

- приведені витрати;
- строк окупності додаткових інвестицій;
- коефіцієнт ефективності додаткових інвестицій.



Показники бюджетної ефективності відображають вплив результатів здійснення інноваційних проектів на доходи і витрати відповідного (державного, регіонального, місцевого) бюджету.

Основним показником бюджетної ефективності, який використовується для обґрунтування передбачених у проекті заходів державної, регіональної чи місцевої підтримки, є бюджетний ефект. Бюджетний ефект ( $Bt$ ) для  $t$ -того кроку здійснення проекту визначається як перевищення доходів відповідного бюджету ( $Dt$ ) над витратами ( $Pt$ ) у зв'язку з виконанням даного проекту:

$$Bt = Dt - Pt .$$

Комерційна ефективність (фінансове обґрунтування) проекту визначається відношенням фінансових витрат і результатів, що забезпечують необхідну норму доходності. Комерційна ефективність може розраховуватись як для проекту в цілому, так і для окремих учасників з урахуванням їхніх вкладів за правилами. Ефектом при цьому на  $t$ -тому кроці ( $Et$ ) виступає потік реальних коштів. У межах кожного виду діяльності відбувається приплив  $\Pi_i(t)$  відплив  $O_i(t)$  коштів. Позначимо різницю між ними через  $\Phi_i(t)$ :

$$\Phi_i(t) = \Pi_i(t) - O_i(t) ,$$

де  $i = 1, 2, 3$ .

Потоком реальних коштів називається різниця між припливом і відпливом коштів від інвестиційної й операційної діяльності в кожному періоді здійснення проекту (на кожному розрахунковому кроці):

$$\Phi(t) = \Pi_1(t) - O_1(t) + \Pi_2(t) - O_2(t) = \Phi_i(t) + \Phi'(t) .$$

Соціальні, екологічні, політичні й інші результати не піддаються вартісному оцінюванню, розглядаються як доповнюючі показники економічної ефективності і враховуються при прийнятті рішень з інноваційної діяльності.

## ***7.2. Види ефективності інноваційних проектів***

Розвиток і поширення в народному господарстві інновацій супроводжується багатоваріантністю економічних результатів (ефектів) різного масштабу і тривалості. Розмір ефекту від реалізації нововведень безпосередньо визначається очікуваною їх ефективністю, яка виявляється як:

- поліпшення використання ресурсів;
- збільшення обсяг продажу;
- одержання прибутку від упровадження винаходів, патентів, ноу-хау, ліцензійної діяльності;
- зміна асортименту продукції та поліпшення його якості, створення нових товарів і послуг, що повніше задовольняють потреби споживача;
- зміна умов праці та підвищення її ефективності;
- приріст і накопичення нових знань, умінь і навичок;
- підвищення кваліфікації робітників;
- можливість навчання, зміни професії і соціального статусу працюючого;
- підвищення рівня задоволеності умовами та змістом праці, можливість самореалізації;
- поліпшення системи управління й організації як виробництвом, так і суспільством у цілому (розвиток демократії, гуманізації управління, упровадження принципів самовдосконалення соціотехнічних систем);
- зміна якості і стилю життя людей, формування нової культури.

Отже, ефективність інноваційної діяльності визначається її конкретною спроможністю створювати інновації, які зберігають відповідну кількість праці, часу, матеріально-технічних ресурсів, коштів у розрахунку на одиницю всіх необхідних і передбачених корисних ефектів продуктів, послуг, технічних систем або дають змогу збільшувати виробництво знарядь праці, предметів споживання, які створюють комфортні умови життя людей, нові правила соціальних відносин.

Ці ефекти різноякісні, проте взаємопов'язані. Величина ефекту визначається також швидкістю поширення інновацій, наприклад, швидка заміна застарілої техніки, технології дає можливість економити ресурси, підвищувати якість продукції, оберігати від забруднення навколишнє середовище; поява на ринку нових товарів спричинює зміни структури цін, галузевої структури виробництва, підвищення (зниження) рівня життя населення. Крім того, поширення інновацій створює нові знання, нову інформацію.

Накопичення в суспільстві нових соціальних знань впливає на темпи розвитку суспільства в напрямі зміни тенденцій якості та стилю життя, підвищує рівень освіти, культури, інтелектуальність нації, збільшує тим самим інноваційний потенціал держави. Інноваційна діяльність створює економічні передумови для:

- 1) подолання відставання країни в науково-технічному розвитку;
- 2) прискорення наступних техніко-технологічних і соціальних циклів розвитку суспільства на іншій науково-технічній базі.

Звичайно, інноваційна діяльність може мати (і має) негативні наслідки, супроводжуватись несприятливими побічними ефектами, наприклад, як раніше зазначалось, руйнацією навколишнього середовища, погіршенням здоров'я людей. Так, під впливом електромагнітного випромінювання (ЕМВ) різних приладів (апарати стільникового зв'язку, комп'ютери, мікрохвильові печі тощо) змінюється функціональна структура діяльності мозку, погіршуються пам'ять, зір, підвищується артеріальний тиск, порушується діяльність специфічних гормональних функцій і т. ін., що викликає не тільки стурбованість за здоров'я людства, а й додаткові витрати на вирішення цих проблем.

Таким чином, далеко не завжди науковий і науково-технічний результати збігаються і виявляються негайно і саме в тому напрямі, куди вкладаються кошти. Проте соціальний ефект притаманний тією чи іншою мірою всім видам науково-технічних розробок.

**Соціально-політичним ефектом** називають результат, який сприяє розвитку суспільства, задовольняючи його потреби, і оцінюється в основному якісними показниками, наприклад, поліпшенням здоров'я, підвищенням коефіцієнта інтелектуальності (*IQ*) людини, розвитком демократії, освіти, задоволенням естетичних потреб тощо. Як правило, чим більші соціально-політичні досягнення, тим складніше дати їм інтегральну кількісну оцінку.

Соціальні оцінки відображають внесок інноваційного проекту в покращання соціального середовища, а саме – підвищення якості життя людей, що характеризується такими показниками:

- *рівень життя* – доходи населення; ціни і тарифи на товари й послуги; споживання населенням продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг, забезпечення житлом, комунальними послугами;

- *спосіб життя* – зайнятість населення, підготовка кадрів, забезпечення населення об'єктами освіти, культури, мистецтва, спорту, транспортним обслуговуванням, забезпечення соціальної безпеки;

- *здоров'я і довголіття* – поліпшення умов праці, розвиток сфери охорони здоров'я, рівень обслуговування тощо.

**Економічний ефектом** називається результат, який одержують унаслідок витрат на розвиток господарювання (впровадження інноваційних проектів у виробництво), що дає змогу збільшувати виробництво засобів виробництва, предметів ужитку, послуг за певний період. Економічний результат оцінюється системою вартісних показників і критеріїв. Цих критеріїв досить багато: вартість НДДКР, вкладення у виробництво, маркетинг, наявність фінансів у необхідний час, потенційний річний розмір прибутку, очікувана норма прибутку, сумарний дохід за весь життєвий цикл інновації, абсолютна та відносна ефективність. Як було зазначено раніше, серед названих критеріїв найважливішим є показник абсолютної ефективності інновацій, що дає можливість оцінити кожен з них окремо.

**Екологічний ефект** – це результат взаємодії інноваційної діяльності з навколишнім середовищем.

Економічний ефект оцінюється за допомогою системи відносних показників, які характеризують:

- шкоду, що завдається навколишньому середовищу (вирування лісів, забруднення води, ґрунту, повітря);

- комплексне використання природних ресурсів на основі безвідходного виробництва, зменшення їх дефіциту;

- зниження промислових викидів в атмосферу, воду, ґрунт;

- зниження кількості відходів виробництва і можливість вторинного їх перероблення;

- поліпшення екологічності продуктів;

- поліпшення ергономічності товарів (рівень шуму, вібрації, електромагнітного випромінювання);
- підвищення відповідальності і збільшення штрафів за порушення екологічного законодавства та інших нормативних документів;
- відродження довкілля.

**Науково-технічний ефект** є результатом науково-прикладних, дослідно-конструкторських розробок та їх використання і може бути оцінений фактичним економічним ефектом.

Вітчизняні спеціалісти зазначають, що оцінити ефект наукової діяльності досить складно, оскільки в цій сфері виникає ряд різноякісних ефектів. Щоб виявити їх сутність і взаємозв'язок, необхідно проаналізувати кожний з них.

З цього приводу Е. Тоффлер зазначає, що вчені навчилися створювати і конструювати могутні технології, головне тепер знати їхні наслідки, намагатись визначити, як вони змінять тонку екологічну рівновагу, від якої залежить виживання цивілізації.

Процес ускладнення і подорожчання науково-технічних проектів, що відбувається у світовій практиці, спричинює необхідність постійно збільшувати ресурси на розвиток наукових досліджень і реалізацію інновацій, підвищувати значущість проблеми визначення ступеня ризику в досягненні потрібних результатів. Концентрація ресурсів для здійснення нововведень потребує аналізу великого обсягу інформації при вирішенні питань з інвестування, оскільки невдача може призвести до тяжких, часом катастрофічних наслідків для фінансуючої організації. З цим пов'язане прагнення великих виробничих систем до створення внутрішнього венчурного бізнесу, що дає змогу зменшити технічний і комерційний ризику. Найбільш простим і доступним методом визначення величини технічного ризику є експертне оцінювання.

Велика складність виникає під час оцінювання ефективності фундаментальних досліджень. Критерій їх оцінки – науковий ефект. Його виміри стосовно конкретного дослідження можливі тільки на основі експертних оцінок, що ґрунтуються на таких положеннях:

- кожному науковому результату присуджується певна кількість балів;

- за наявності кількох критеріїв кожному з них надається певна «вага», що характеризує значущість очікуваного часткового результату в загальній результативності наукового дослідження;

- під час оцінювання наукової результативності значення балів з кожного окремого виду наукового результату перемножується на відповідне значення валового коефіцієнта і підсумовується.

**Етнічно-культурний ефект** – це побічний результат входження в новий спосіб життя постіндустріальної епохи, результат адаптації людей до стрімких змін, зумовлених нею. У минулому культура виникала природно. Нині процес створення культури відбувається свідомо. Саме нові технології формують культуру майбутнього життя, його системи цінностей, нові смаки, норми поведінки, відносин, які змінюються дуже швидко. Виникають нові недовговічні субкультури, збільшується можливість свободи вибору методів самореалізації особистості, форм спілкування людей, відпочинку, розваг. Розвивається особлива індустрія, продукція якої – не товари і не звичайне обслуговування, а запрограмовані «відчуття». Приклад тому – сфера мистецтва.

Індустрія культури в основному призначена для створення особливих психологічних переживань. Робототехніки, дизайнери, комп'ютерники, історики і спеціалісти музеїв спільними зусиллями створюють нову індустрію масових розваг, свого роду «території відчуттів», на яких з усією майстерністю, за допомогою сучасної техніки будуть відтворюватись, наприклад, величність стародавнього Риму, помпезність двору королеви Єлизавети, «сексуальність» дому гейш Японії XVIII ст. і т. ін. При вході на ці «території відчуттів» відвідувачі повинні переодягатися у відповідні костюми і брати участь у підготовленому спектаклі.

Його мета – створити у відвідувачів справжнє відчуття того, що могла б дати неімітована реальність.

Художники також створюють свої «світи» – витвори мистецтва, в які глядачі можуть увійти всередину і відчути, що там щось відбувається. Так, шведський музей «Модерна музей» виставляє колосальних розмірів даму з пап'є-маше на ім'я Хон (Вона), усередині якої розміщуються пандуси, драбини,

миготять вогні, лунають химерні звуки. Десятки музеїв Європи і США показують такі «світи» – фантастичні імітації штучно створених витворів, які різко порушують контакти людини з реальністю.

Будуються ігрові міста, що об'єднують у собі риси Діснейленда, всесвітніх ярмарків, мису Кеннеді, притонів Макао.

Індустрія відчуттів швидко набуває поширення, змінює не тільки емоційні відчуття, а й моральні норми і цінності.

Оцінка етнічно-культурних інновацій належить до найскладніших у методологічному аспекті проблем ефективності інноваційної діяльності. Етнічно-культурний ефект важко або неможливо виміряти, обмежуючись лише якісним його описуванням. Етнічно-культурний ефект пов'язаний із соціальними наслідками науково-технічних інновацій. І тому саме соціальні цілі культурних проектів мають превалювати у формуванні програм етнічно-культурної політики держави.

Основним методом оцінювання етнічно-культурних інновацій залишається експертний метод. Експертиза очікуваних наслідків нової культури може бути організована в таких формах:

- індивідуальна і/або колективна експертиза із залученням кваліфікованих фахівців різних сфер діяльності;
- соціологічні опитування населення;
- всенародні референдуми щодо впровадження інноваційних проектів нової культури, які торкаються інтересів різних верств суспільства, окремих регіонів.

### ***8.3. Методи оцінювання економічної ефективності інноваційної діяльності***

Кінцевим результатом інноваційної діяльності є розробка та реалізація інноваційних програм і проектів. Упровадження інновацій у будь-якій галузі економіки потребує фінансових витрат. Для того щоб увести нові виробничі потужності, опанувати нові технології, виробництво нових товарів, підвищити ефективність діяльності організації та одержати додатковий прибуток, необхідні інвестиції.

Основними джерелами інвестицій є власні кошти (статутний капітал, амортизаційний фонд, фонд накопичення, резервні фонди, нерозподільний прибуток підприємства або кредити). Інвестиційна діяльність здійснюється в умовах невизначеності, особливо коли приймається рішення про впровадження нових технологій і розширення основної діяльності підприємства на новій технічній базі, новому ринку тощо.

Інвестиційні рішення, як правило, приймаються за умов, коли існує кілька альтернативних інноваційних проектів, які розрізняються за видами і обсягом необхідних коштів, часом окупності та джерелами залучення коштів. Виходячи з цього, прийняття рішення передбачає вибір одного з проектів на основі певних критеріїв, яких може бути кілька, а їх вибір може бути довільним. Тому виникає ризик, пов'язаний з прийняттям того чи іншого інвестиційного рішення. З метою запобігання будь-якому ризику використовують відомі у світовій і вітчизняній практиці формалізовані методи оцінювання інноваційних проектів.

У літературі описана достатня кількість методів, за допомогою яких здійснюється порівняльна характеристика одних проектів з іншими, виявляються економічні переваги і привабливість проекту для його учасників.

Одним із найпростіших методів, який широко використовується, є метод відбору інноваційних проектів за допомогою переліку критеріїв. Сутність його полягає в такому: розглядається відповідність проекту кожному з установлених критеріїв і за кожним критерієм оцінюється проект. Метод дає змогу виявити всі переваги та недоліки проекту і гарантує, що жоден з критеріїв, які необхідно взяти до уваги, не буде забутий. Критерії можуть відрізнятися залежно від конкретних особливостей галузі чи організації, їх стратегічної спрямованості. При складанні переліку критеріїв використовуються лише ті, які безпосередньо відповідають цілям, завданням і стратегії організації. У табл. 9.4 показано схему якісного оцінювання інноваційного проекту за допомогою переліку критеріїв. Після попереднього відсіву, проекти необхідно порівняти між собою і ранжувати за ступенем відносної привабливості відповідно до раніше вибраного критерію.



У разі необхідності формалізації результатів аналізу проектів за переліком критеріїв використовується бальний метод оцінювання проекту. Для цього окреслюються найважливіші чинники, що визначально впливають на результати проекту (складають перелік критеріїв). Критеріям надається значущість залежно від їхньої відносної важливості. Відносна значущість чинників – «дуже високий», «високий» і т. д. – виражається кількісно. Загальну оцінку за даним методом одержують, перемноживши вагові ранги критеріїв на відносні значення чинників. Одержані дані підсумовують.

Одержані оцінки чинників не можна вважати абсолютно достовірними. Це пов'язано із суб'єктивністю підходів під час визначення коефіцієнтів значущості кожного чинника і присвоєння числових значень кожному з критеріїв.

Проблема полягає в тому, щоб запобігти надто суб'єктивній оцінці чинників.

Якщо ввести в основну схему бальної оцінки елемент стохастичності (випадковості), можливо одержати точніші результати. Справа в тому, що вирішити, чи певний параметр даного проекту кращий, слабкий тощо, дуже складно, оскільки за багатьма критеріями проект з певною ймовірністю може привести як до задовільних, так і незадовільних результатів. Саме це береться до уваги при використанні стохастичності системи бальної оцінки: за кожним з критеріїв для проекту, що розглядається, експерти оцінюють імовірність досягнення різних результатів, що дає змогу до певної міри враховувати ризик, пов'язаний з проектом.

Загальну оцінку проекту за цим методом одержують, перемноживши валові ранги на ймовірність досягнення цих рангів і одержавши таким чином імовірну вагу критерію, який далі перемножують на вагу критерію. Отримані дані за кожним критерієм підсумовують. Наприклад, за першим критерієм:

$$10 (0,2) + 8 (0,2) + 6 (0,4) + 4 (0,2) + 2 (0,0) = 6,8.$$

Частка кожного критерію в загальній оцінці розраховується перемноженням його відносного значення на ймовірну вагу рангу. Ці суми

наведені в останньому стовпчику табл. 9.4; їх підсумок дає загальну оцінку проекту.

До простих методів оцінювання економічної ефективності інноваційних проектів належать статистичні методи. Їх рекомендують застосовувати на початковій стадії експертизи проекту, а також для проектів, що мають відносно короткий інвестиційний період. До показників, які найчастіше застосовують під час оцінювання економічної ефективності інноваційних проектів, належать:

- сумарний (або середньорічний) прибуток, який одержують внаслідок реалізації проекту;
- рентабельність інвестицій (проста норма прибутку);
- період окупності інвестицій (строк повернення).

Необхідно пам'ятати, що неможливо повністю і всебічно відобразити в показниках будь-який результат інноваційного проекту від зародження ідеї до її реалізації.

Слід також ураховувати, що будь-який результат інновацій має подвійне значення:

- як основа змін у матеріальному виробництві, а в економічному розумінні – для досягнення цілей форми, а отже, для підвищення прибутку і конкурентоспроможності;
- як джерело подальших наукових досліджень і розробок, тобто становить науковий і методологічний інтерес.

Поки що немає простих, єдиних і придатних для всіх умов управління показниками ефективності інноваційної діяльності.

Проте можна виявляти й оцінювати взаємозв'язок чинників ефективності, щоб якнайкраще узгоджувати їхні дії.

## СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

**Авторське право** — право на володіння, використання і розпорядження результатами літературної і художньої творчості (літературні і музичні твори, образотворче мистецтво) 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.

**Бенчмаркінг 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 періодично виникаючою для суспільства необхідністю адаптуватися до нових ситуацій, викликаних змінами природних, демографічних, екологічних, економічних, геополітичних і інших умов. Цикли Кондратьєва обумовлюють періодичне (1 разів в 45—60 років) оновлення і перебудову господарської системи і матеріальної основи виробництва (технологічна база, виробничий апарат).

**Венчурний капітал (ризиковий капітал)** — основна форма фінансового забезпечення створення і впровадження інновацій, капітал, який вкладається в проекти, що мають підвищений рівень ризику.

**Венчурні організації** — організації, провідні наукові дослідження і розробки, що створюють і впроваджувальні інновації, у тому числі по замовленнях великих комерційних організацій і держави.

**Допоміжний рахунок туризму (ДРТ)** — радикальна інновація методу оцінки економічної ефективності туризму як в окремій країні, так і в світовій економіці в цілому. Цей метод заснований на зборі і аналізі величезної кількості статистичних даних, які раніше не бралися до уваги при оцінці внеску туризму в економіку. Після схвалення Статистичною комісією ООН в 2000 р., є повноцінним статистичним інструментом для оцінки економічного значення туризму. В даний час освоюється багатьма країнами світу.

**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.

**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 упровадження інновацій.

**Державне регулювання інноваційної діяльності** — дія держави на діяльність господарюючих суб'єктів і ринкову кон'юнктуру в цілях забезпечення необхідних умов для ефективної інноваційної діяльності комерційних і некомерційних організацій.

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

**Дестинація (туристичний напрям)** — місце (територія) відвідин, що приваблює туристів своїми специфічними природними і рекреаційними ресурсами, визначними пам'ятками, історичною і культурною спадщиною.

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

**Динамічне komponування 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.

**Е-мандрівки** — це служба онлайну, яка містить новини про подорожі, інформацію і консультацію з питань, які можуть виникнути під час планування подорожі.

**Е-туризм** — це служба онлайну, 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 упровадження нововведення у виробництво до його повсюдного поширення. Цикл включає фази впровадження, комерціалізації і 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 дифузії інновації.

**Інновація** — конкретний результат будь-якої творчої, пов'язаної з ризиком діяльності, за допомогою якої розробляються, впроваджуються або

просуваються на ринок нові, істотно відмінні від колишніх благ, більш повно задовольняючі потреби, відкриваються і освоюються нові ринки або досягаються інші конкретні цілі.

**Інновації в туризмі** — результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і 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 потребує суспільство. Інноваційну діяльність підприємства можна визначити як спільну роботу всіх працівників, спрямовану на створення і впровадження новини. Інноваційна діяльність носить системний характер, систему утворюють суспільство і суб'єкти інноваційної діяльності.

**Інноваційна інфраструктура** — сукупність організацій (наукові міста, особливі економічні зони, спеціальні фінансові структури, технопарки і подібні організації), які сприяють здійсненню інноваційної діяльності.

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

**Інноваційна програма** — комплекс інноваційних проектів і заходів, узгоджений за ресурсами, виконавцями і термінами їх здійснення і забезпечуючий ефективно вирішення завдань з освоєння і розповсюдження принципово нових видів продукції і технологій.

**Інноваційна стратегія** — визначення найефективніших шляхів розвитку, системи відбору і реалізації нововведень, що базується на довгостроковому прогнозуванні, обліку внутрішніх і зовнішніх чинників і ресурсних обмеженнях.

**Інноваційна сфера** — частина системи економічних відносин в процесі виробництва, розподілу і споживання нововведень, заснованих на участі в інноваційній діяльності приватних підприємницьких структур і держави. Це сукупність господарських галузей і видів суспільної діяльності, що не беруть прямої участі у створенні матеріальних благ, але створюють споживні 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 їх персоналом. Один з основних напрямів стратегічного менеджменту.

**Інноваційний потенціал** — сукупність матеріальних, фінансових, інтелектуальних, науково-технічних і інших ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності.

**Інноваційний проект** — комплекс взаємозв'язаних програм, що забезпечують ефективне досягнення конкретної інноваційної мети, злагоджених за ресурсами, термінами і виконавцями і документально оформлених. Включає форми управління і 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 і інших результатів інтелектуальної діяльності. Основною характеристикою інноваційних процесів є нелінійність.

**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 і розповсюдження. Включає дві складові: період створення новації і життєвий цикл інновації. Це обумовлено тим, що інноваційний процес не є лінійним — новація може використовуватися для створення інновацій неодноразово, іноді навіть в галузях, не пов'язаних з сферою появи новації.

**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.

**Науково-технічна діяльність** — це діяльність, спрямована на отримання і застосування нових знань для вирішення технологічних, інженерних, економічних, соціальних і інших проблем, забезпечення функціонування науки, техніки і виробництва як єдиної системи.

**Національна інноваційна система (НІС)** — сукупність державних, приватних і суспільних структур і механізмів їх взаємодії, в межах яких здійснюється діяльність зі створення, зберігання і розповсюдження нових знань і технологій. Забезпечує об'єднання зусиль державних органів управління всіх рівнів, організацій науково-технічної сфери і підприємницького сектора економіки на користь прискореного використання досягнень науки і технологій в цілях 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 упровадження досягнень людського розуму (новини) в цілях отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, що потребує суспільство.

**Новина (новація)** — оформлений результат досліджень, розробок або експериментальних робіт з підвищення ефективності якої-небудь сфери діяльності. Новини оформляються у вигляді: відкриттів; винаходів; патентів; ноу-хау; документація 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).

**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.

**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, ініціацією змін і грошовим доходом.

**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 володіють певною незалежністю від суспільних потреб. Упровадження радикальних нововведень означає розрив з попередніми тенденціями, відкриває нову концепцію (технологічну, економічну, організаційно-управлінську) наступних 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.

**Угода з торгових аспектів прав інтелектуальної власності (ТРИПС)** — 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.

**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 шостою устрою буде розвиток біоінформатики, біо- і нанотехнологій, наноелектроніки, глобальних інформаційних мереж.

**Технопарк** — форма територіальної інтеграції науки, освіти і виробництва в цілях оперативного впровадження науково-технічних розробок. Є об'єднанням наукових, конструкторських і виробничих підрозділів в умовах добре оснащеної інформаційної і 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, пропонує 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.

**Торгова марка** — фірмовий знак, символ для позначення всіх виробів даної фірми, що випускаються. Є графічним зображенням, оригінальна назва, особливе поєднання знаків, букв, слів.

**Туристські інформаційні системи (Тіс)** — нова система бізнесу, яка обслуговує і надає інформаційну підтримку організаціям, які займаються е-



туризмом (e-tourism) і е-мандрівками (e-travel). Інформація, отримувана з цих джерел, може служити початковим відділом для вирішення безлічі завдань, включаючи планування подорожей і зіставлення цін і динамічного створення пакетних турів.

**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.

**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.

**Еволюційні нововведення** — підпорядковані суспільним потребам; є наслідком ідей і пропозицій, що поступають з сфери виробництва, збуту, споживання; обмежуються можливостями технологічного потенціалу системи, в межах 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.

**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.

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

**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.

**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.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: учебник / Байлик С.И. - 2-е изд. - К. : Дакор, 2009. - 368 с.
2. Бойко М.Г. Організація готельного господарства : підручник / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. -К. : Київ. нац. торг.-екон. ун- т, 2006. - 494 с.
3. Бубенко П.Т. Регіональні аспекти інноваційного розвитку : [монографія] / П.Т.Бубенко. - Х. : НТУ «ХП», 2002. - 316 с.
4. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник / В.О. Василенко. -ЦУЛ ; Фенікс, 2003. - 440 с.
5. Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. та ін. Економіка та організація інноваційної діяльності: Підручник (третє видання). – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
6. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєць, В.П.Семіноженко. - Х. : Константа, 2006. - 272 с.
7. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.
8. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін. ; під ред. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. - К. : Професіонал, 2004. - 960 с.
9. Ефимова Ю.А. Эффективное меню: концепция и дизайн / Ю.А. Ефимова. - М.: Ресторан, ведом., 2006.-176 с.
10. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком / С.М. Ілляшенко. - Суми : Університ. кн., 2003. - 278 с.
11. Инновационный менеджмент / Ильенкова С.Д., Гохберг Л.М., Ягудин С.Ю. и др. - М. : Юнити, 2007.
12. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под ред. Б.З. Мильнера. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 675 с.
13. Кизим Н.А. Оценка и прогнозирование неплатежеспособности предприятий: [монографія] / Н.А.Кизим, И.С.Благуи, Ю.С.Копчак - Харьков : ИНЖЗК, 2004. - 144 с.

14. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность : [монографія] / Д.И.Кокурин. - М. : Зкзамен, 2001.-576с.
15. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвиток економіки України. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2001. – 608 с.
16. Мазаракі А.А. Проектування закладів ресторанного господарства : навч. посіб. для вищ. навч. закл./ Мазаракі А.А., Пересічний М.І., Шаповал С.Л. ; за ред. А.А. Мазаракі. - К. : КНТЕУ, 2008. - 307 с.
17. Малахова Н.Н. Инновации в туризме й сервисе / Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. - Ростов н/Д : МарТ, 2008. - 224 с. -(Серия «Туризм й сервис»).
18. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. - Суми : Університ. кн., 2008. - 615 с.
19. Михно, М.А. Роль инноваций в туризме : учебник / М.А. Михно - .М., 2004. -210с.
20. Микитюк П. П., Інноваційна діяльність: Навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] П. П. Микитюк, Б. Г. Сенів – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
21. Михайлова Л.І., Турчіна С.Г. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 248 с.
22. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе й туризме. Оргтехника : учебник / М.А. Морозов, Н.С.. Морозова. - М. : Академия, 2002. - 240 с.
23. Новиков В.С. Инноваций в туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. - М. : Академия, 2007. - 208 с.
24. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підручник / за ред. Н.О. П'ятницької. - К. : КНТЕУ, 2005. - 632 с.
25. Пересічний М.І. Технологія продукції громадського харчування з використанням біологічно активних добавок / Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Карпенко П.О. - К. : КНТЕУ. 2003.-321с.
26. Підсолоджуючі речовини у харчуванні / Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Карпенко П.О., Карпачев В.В. - К. : КНТЕУ, 2004. - 445 с.

27. Пищевая химия / Нечаев А.П., и др. - Изд. 2-е. - СПб.: ГИОРД, 2003. - 592 с.
28. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих / С. и Л. Зигель, Х. Й Р. Ленгер, Г. Штиклер, В. Гутмайер. - М.: Центрполиграф, 2007. - 287 с.
29. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007. - 256 с.
30. Скібіцький О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: *навч. посіб.* [для студ. вищ. навч. закл.] / О. М. Скібіцький — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 408 с.
31. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туркомплексах : підручник / Т.Г. Сокол - К.: Альтерпрес, 2009. -447 с.
32. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: Підручник. – К.: Либідь, 2006. – 480с.
33. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.
34. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення : [монографія] / Н.І. Чухрай. - Л.: Львів, політехніка, 2002. - 262 с.
35. Щербань В.М., Козубенко Л.Д. Товарна Інноваційна політика: Навчальний посібник. – К.:Кондор, 2006. – 400 с.