

ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ В ТУРИСТСЬКОМУ БІЗНЕСІ

Плахтій С.П.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною та/або дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі – інформаційної) чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії і відповідає таким вимогам:

– він є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;

– розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

– в Україні цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентноздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційний продукт може бути оригінальним, удосконаленим, модифікованим або новою моделлю. На думку багатьох авторів, існує шість категорій інноваційного продукту, які відрізняються за ступенем новизни для компанії та споживача.

До них відносяться такі:

1) інноваційний продукт у всьому світі – новий товар, що виробляється для нового ринку (10%);

2) асортимент інноваційного продукту – новий товар вперше затверджує компанія для проникнення на ринок, що вже визначився (20%);

3) доповнення до існуючого асортименту – новий товар доповнює асортимент, що визначився (26%);

4) удосконалення існуючого продукту – новий товар удосконалюється і заміняє існуючий (26%);

5) зміна позицій – існуючий товар спрямовують на новий ринок або на його сегмент (7%);

б) зниження витрат – товар виготовляється зі зниженням витрат порівняно з тим, що випускався раніше (11%).

Отже лише 10% всієї продукції виготовлялось з вищим ступенем новизни – для підприємств і для ринку. Її випуск пов'язаний з великим ризиком і витратами. Причому, як свідчить досвід впровадження інновацій, ризик визнання інноваційного продукту споживачем вищий, ніж ризик його створення. У зв'язку з цим в умовах сильної конкуренції компанії, як правило, не розвивають виробництво інноваційних продуктів, яке пов'язане з великим ризиком.

НАПРЯМИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ В ТУРИЗМІ

Побігайло О.С.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

Ризик є невід'ємним атрибутом фінансово-господарської діяльності туристських підприємств і потребує значної уваги з боку фінансових менеджерів. Існування певного рівня ризику операцій зовсім не означає, що від них треба відмовитися. Адже відмова буде рівнозначною втраті очікуваних доходів і прибутків. В усьому потрібна міра і зваженість фінансових рішень. Важлива роль у визначенні допустимого рівня ризику, прогнозуванні імовірності настання ризикових подій та своєчасній нейтралізації їх негативних наслідків відводиться ризик-менеджменту.

Керівництво будь-якого підприємства зацікавлене у зниженні можливих втрат, пов'язаних з економічним ризиком і, у зв'язку з цим, має оцінити розміри збитків, прийняти рішення, чи брати відповідальність за ризики на себе, передати його іншим або відмовитися від ризикованого господарювання взагалі. Якщо підприємство бере ризики на себе, то тоді перед адміністрацією постає завдання управління ними з метою зниження можливих втрат.

Це завдання вирішується шляхом розробки спеціальної програми цільових заходів щодо управління ризиком на рівні підприємства. Розробка програми цільових заходів включає в себе попередню і основну стадії.

У ході попередньої стадії ризик-менеджер знайомиться з довідковою і поточною конкретною інформацією, на підставі якої приймає рішення на безпосередню розробку програми. Іншими словами, мета попередньої стадії – вивчення всієї необхідної для складання програми цільових заходів інформації. Вона повинна бути, по можливості, зосереджена в одному джерелі.

Основна стадія є власне розробкою програми управління ризика-