

"Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. 2018. № 47 (1323). С. 121-127.

21. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. 2018. № 15 (1291). С. 89-94.*

22. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політика на підприємствах туристичної індустрії. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. 2018. № 47 (1323). С. 114-120.*

5.3 Комерціалізація інновацій туристичних підприємств на основі системи економічних важелів

Теорія та практика інтелектуально-інноваційної діяльності туристичних підприємств накопичила значний досвід економічної оцінки ринкових перспектив різного роду інноваційних продуктів. На наш погляд, основною складовою інноваційної діяльності туристичного підприємства є процес комерціалізації інноваційних розробок. Разом з тим, на нашу думку, традиційні підходи до економічної оцінки не в повній мірі можуть бути застосовані до економічної оцінки технологічних продуктів при прогнозуванні їх ринкового потенціалу. В значній мірі це стосується об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), які, по-перше, є надзвичайно специфічними ринковими товарами, по-друге, оцінка комерційної привабливості яких далеко не завжди може бути виконана з використанням існуючих підходів. Одна з таких специфічних особливостей економічної оцінки ОІВ туристичного підприємства полягає в тому, що вартісна оцінка ефективності та ринкові перспективи ОІВ визначаються фінансовими показниками бізнесу при їх використанні, а ефективність бізнесу в свою чергу визначається тими ж самими

фінансовими показниками інтелектуального продукту.

Інновації в туризмі - це розробка, створення нових туристичних маршрутів, продуктів, видів туризму, технологій обслуговування із застосуванням нових туристичних ресурсів, сучасних досягнень науки і техніки, інформаційних технологій, впровадження яких сприяє економічному розвитку туристичних підприємств, а також дозволяє покращити туристичний імідж країни та її регіонів.

За умов постіндустріальної ринкової економіки керівники туристичних підприємств все більше усвідомлюють необхідність розробки нових продуктів і послуг і пов'язану з цим економічну вигоду. Завдяки своєму унікальному природному і культурному потенціалу, а також зростаючому інтересу іноземних туристів до нашої держави, України володіє усіма передумовами для інноваційного розвитку туристичної галузі.

У зв'язку з цим можна виділити ряд мотивів та причин впровадження інновацій у діяльність туристичних підприємств:

- загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих туристичних продуктів;- перенасичення населення багатьма традиційними напрямками поїздок;
- зростання потреби населення в знайомстві зі способом життя в інших регіонах і одержанні нових знань;
- гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристичних послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів;
- технологічна революція й експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту [14, с.46].

Комерціалізація результатів інтелектуальної діяльності туристичного підприємства це тривалий і витратний процес. Тому, перш ніж вкладати в цей процес матеріальні, фінансові та інтелектуальні ресурси, необхідно оцінити реальність успішного

перетворення створюваної інтелектуальної туристичної технології (об'єкта інтелектуальної власності) в ринковий продукт. Ряд дослідників української економіки стверджують, що вона володіє значним науково-технічним та інтелектуальним потенціалом, ефективність використання якого надзвичайно низька. Проведений нами аналіз дозволили виявити ряд причин такого стану. До основних з них, на наш погляд, слід віднести:

- недостатній досвід використання у виробничо-підприємницькій діяльності туристичного підприємства об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ);

- відсутній ринковий попит (потреба) на результати інтелектуальної праці;

- відсутня пропозиція необхідних ринку ОІВ;

- надзвичайно бідна науково-методична база обґрунтування перспектив комерційного використання ОІВ у виробничо-підприємницької діяльності туристичного підприємства.

Звертаємо увагу на останню в переліку проблему, яка, як нам здається, є найбільш важливою. Дійсно, невдача комерційної пропозиції ОІВ туристичного підприємства на ринку може залежати від ринкової потреби, якості пропозиції, можливостей сучасної інфраструктури для його використання і т.д. Разом з тим, все це з'ясовується вже після рішення розробника (власника, користувача) виставити на продаж певного ОІВ туристичного підприємства. Для цього необхідно мати науково - методичною базою попередньої оцінки ринкових можливостей даного ОІВ, його комерційних перспектив як для продавця, так і для покупця. Тому завдання розробки методичних положень оцінки рівня комерційного потенціалу об'єктів інтелектуальної власності є надзвичайно важливою і актуальною.

Дослідження показали, що комерційні можливості ОІВ на ринку характеризують цілий ряд показників, без урахування яких неможливо прийняти повною мірою обґрунтоване рішення. Найбільш часто, на наш погляд, дослідники враховують такі характеристики інтелектуального продукту:

- ринкові характеристики ОІВ: показник цільового

призначення ринку - ОІВ може бути затребуваний на будь-якому ринку (кращий варіант), призначений тільки для ринку споживчих товарів, має значення тільки для ринку туристичних послуг тощо;

- показник перспективності (розвитку) ринку в найближчій, середньо- і довгостроковій перспективі; показник позиціонування ОІВ на ринку, що відображають наявність або відсутність чіткої позиції об'єкта на даному ринку;

- вартісні характеристики ОІВ, що відображають реальні витрати творця ОІВ, а також реальні витрати потенційного споживача ОІВ на його адаптацію і забезпечення ефективного використання в реальних умовах експлуатації;

- комерційні характеристики ОІВ, що відображають його споживчу цінність інтелектуальної технології для потенційного використання;

- патентно-правові характеристики ОІВ, що відображають патентну чистоту об'єкта, захищеність прав на нього, неможливість (істотна складність) копіювання і підробки.

Разом з тим, поза увагою дослідників залишилися деякі, на наш погляд, надзвичайно важливі комерційні характеристики ОІВ, до яких ми пропонуємо віднести потенційну комерційну ефективність даного ОІВ для продавця (розробника, власника, ліцензіара) і для покупця (споживача, нового власника, ліцензіата). Розгляд даних питань і є метою написання даного розділу.

Теоретичне осмислення інтелектуальної власності як предмета комерціалізації розглядається в наукових публікаціях Антонець В.Л. [1], Боєра Ф.Пітера [2], Квашніна А. [3], Момота В.М. [4], Нестеренко Є.А. [5], Пильнова Г.А. [6] Платонова В.В. [7; 8], Рогової О.М. [9; 10], Фіакселя Е.А. [11], Цибульова П.М. [12] та багатьох інших. Питання трансферу технологій та комерціалізації ОІВ мають в нашій країні і законодавче забезпечення [13]. У першу чергу необхідно відзначити, що існують різні думки щодо трактування поняття комерціалізація. У працях А.Квашніна, В.В.Платонова, О.М.Рогової,

П.М.Цибульова та інших комерціалізація розглядається як заключний етап процесу розробки нового товару. Разом з тим, згідно з визначенням П.М.Цибульова комерціалізація розглядається як процес освоєння серійного виробництва і вихід з новим продуктом на ринок [12]. Також вивченням проблем комерціалізації присвячені праці інших як вітчизняних, так і зарубіжних вчених і фахівців-практиків, в яких комерціалізація представляється у вигляді процесу і сукупності дій, спрямованих на трансформацію наукових досягнень у ході інноваційної діяльності в реально нові товари та послуги в ринковому просторі, що об'єднує матеріальне виробництво і соціальну сферу.

Разом з тим, проблема оцінки економічної ефективності розробника і користувача ОІВ в цих роботах спеціально не розглядалася. Окремі роботи, присвячені осмисленню ефективності ОІВ, по суті, є новаторськими і не містять альтернативних підходів. Наявні дослідження з інтелектуальної власності в економічному аспекті не містять цілісної концепції, не існує єдиного розуміння змісту даної категорії, немає єдиної думки з приводу інтелектуальної власності і взаємин її суб'єктів. Поширеною темою дослідження залишається роль держави в регулюванні відносин інтелектуальної власності, комерційне використання результатів інтелектуальної діяльності. Проведені дослідження в галузі економіки та управління інтелектуальною власністю не сформовані комплексний теоретичний підхід до вироблення концептуальних засад удосконалення даного виду управління. Багато аспектів досліджуваної проблеми, незважаючи на їх гарне уявлення в монографічних виданнях, носять фрагментарний характер і слабо взаємопов'язані. Дослідники відзначають той факт, що на сьогоднішній день залишаються не опрацьованим теоретичні аспекти управління, а юридичні механізми стихійно формують економічне управління інтелектуальною власністю.

Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження послужили положення технологічного аудиту, а

також загальнонаукові методи наукового пізнання.

Економічний сенс комерційної реалізації стосунків інтелектуальної власності полягає в здобутті доходу. Форма здобуття доходу при цьому визначається подвійним характером об'єктів інтелектуальної власності. З одного боку, об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) можуть виступати як чинник виробництва, будучи частиною ресурсного потенціалу підприємства або його нематеріальними активами. З іншого боку, об'єкти інтелектуальної власності можуть бути самостійним предметом купівлі-продажу, тобто товаром. Причому, і той і інший варіант використання результатів інтелектуальної діяльності можуть бути в рівній мірі ефективні.

На цей час існує значна кількість методичних підходів та інструментарію проведення експертизи проектів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та інших результатів інтелектуальної діяльності підприємства (інтелектуальних технологій) на різних етапах їх розвитку – від оцінки перспектив комерціалізації результатів НДДКР і аналізу стадії, на якій знаходиться проект, до аналізу ефективності проекту комерціалізації ОІВ інвесторами і стратегічними партнерами. Експертиза проектів комерціалізації інтелектуальних технологій дозволяє вирішувати низку надзвичайно важливих для розробника (власника) ОІВ питань, які мають стратегічне значення для його підприємства. Зокрема, до них слід віднести:

- визначення рівня комерційного потенціалу та перспектив трансферу (комерціалізації) ОІВ;
- визначення рівня соціальної значущості та важливості для суспільства (галузі, регіону, підприємства або групи осіб) конкретних інтелектуальних технологій;
- побудову ієрархічного рейтингу наявних на даному підприємстві інтелектуальних технологій;
- визначення етапу, на якому знаходиться проект комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності з точки зору привабливості для потенційних інвесторів та споживачів;
- обґрунтування черговості здійснення проектів трансферу

(комерціалізації) ОІВ, так як фінансові можливості підприємства, як правило, обмежені;

- розробка сценарію переговорів з інвесторами і стратегічними партнерами, до яких розробники ОІВ звертатимуться з метою залучення фінансування;

- розробка ефективних дій розробника з метою підвищення шансів результатів інтелектуальної діяльності залучити інвестиційні засоби для реалізації проекту комерціалізації;

- оцінювання соціально-економічної ефективності інтелектуально-технологічної діяльності підприємства як в цілому, та і по окремим напрямкам (проектам) своєї діяльності;

- мотивування та стимулювання творчої діяльності співробітників підприємства по створенню ОІВ;

- підвищення ефективності роботи спеціалізованих підрозділів підприємства, зокрема, центру трансферу та комерціалізації технологій.

У загальному випадку процедура експертизи проекту комерціалізації інтелектуальних технологій частіше проводиться в дві стадії. На стадії самоаналізу дослідник, розробник, ініціатор проекту трансферу ОІВ формують власний погляд на можливість (перспективу) комерціалізації інтелектуальних технологій. Зазвичай, таке формулювання здійснюється у вигляді:

- а) відповідей на питання анкет, що дозволяють конкретизувати науково-технологічну сторону інтелектуальної продукції, її споживчі властивості;

- б) можливі сфери її застосування, круг потенційних споживачів, сегмент ринку, на якому може бути проведене позиціонування наукової розробки;

- в) вартісні характеристики інтелектуальної продукції: власні витрати на її створення та можливу дистрибуцію, витрати споживача при її використанні, діапазон прийнятних для розробника (власника) цін та ін.;

- в) інші аспекти, що впливають на можливість комерційного використання результатів інноваційної розробки.

На стадії незалежної експертизи проводиться оцінювання трансфертних можливостей ОІВ, для чого залучаються зовнішні (незалежні) експерти, які спеціалізуються в окремих питаннях комерціалізації інтелектуальних технологій. У їх завдання входить підготовка експертного висновку про потенціал комерціалізації інноваційного проекту. В процесі другого етапу експертизи детально опрацьовуються можливі шляхи та напрямки комерційного використання результатів інтелектуальної діяльності. За результатами цього етапу складається позитивний або негативний висновок про потенціал комерціалізації інтелектуальної технології, а також можуть бути запропоновані подальші кроки для успішної комерціалізації. Таким чином, за результатами експертизи розробляються рекомендації про подальші дії з практичної реалізації проекту комерціалізації технологій.

Оцінка комерційної перспективності інноваційних проектів - важливий етап у просуванні на ринок наукомістких розробок. Достовірна оцінка ринкових перспектив інновацій вказує розробникам технологій критичний шлях просування розробок на внутрішні та зовнішні ринки технологічного обміну. Організація і проведення експертиз, реалізованих у різних формах, забезпечують професійну оцінку ситуації і прийняття ефективних управлінських рішень, але питань комплексної оцінки технологій для цілей ринку у відкритих виданнях присвячено вкрай мало публікацій. Методики оцінки, розроблені у вітчизняних і зарубіжних консалтингових організаціях, найчастіше недоступні для загального користування, а іноді навіть мають гриф комерційної таємниці.

У сучасному розумінні експертиза проектів комерціалізації технологій здійснюється у вигляді змістовної, якісної або кількісної оцінки об'єкта, призначеного для використання при прийнятті управлінських рішень. Різноманіття методик застосування робить достатньо гнучким використання на практиці інструментарії. Виникають на практиці завдання (як, наприклад, проблема ефективної передачі технологій) нерідко

виявляються складніше традиційних підходів. Тому менеджерам, що здійснює процес передачі технологій і організуючим експертизу переданих технологій, важливо вміти творчо і професійно підходити до вибору ефективних і надійних:

- принципів організації та проведення експертиз;
- методів отримання, аналізу та обробки експертної інформації;
- методик проведення експертиз.

Одним зі складових елементів проектів з комерціалізації інтелектуальних туристичних технологій є процес трансферу технологій: перетворення технології як наукового об'єкта в об'єкт туристичної послуги, економічний або комерційний. Крім передачі технологічного знання з науки в сферу споживання, до трансферу технологій відноситься передача/продаж відомих технологій підприємствам, для яких вони є новими, знаходження відомим технологіям нових застосувань в інших галузях або на інших ринках і т.д. Але перш ніж здійснювати трансфер технологій, потрібно знайти ці технології і провести їх оцінку з точки зору завдань, які підприємство (розробник, власник, правовласник) вирішувати за допомогою трансферу технологій. Тому першим заходом трансферу технологій завжди є технологічний аудит (ТА) - комплексне обстеження фірми/організації, спрямоване на виявлення інтелектуальних технологій та здійснення об'єктивної оцінки їх потенціалу як об'єкту трансферу технологій.

Комерціалізація інтелектуальних технологій з використанням даних процедури технологічного аудиту завжди пов'язана з ризиками і повною мірою залежить від ринку. Зменшення ступеня ризику та підвищення відповідності інтелектуальної технології вимогам конкретного ринку багато в чому залежить від методичного інструментарію, з використанням якого на конкретному підприємстві проводиться технологічний аудит.

На наш погляд, використання технологічного аудиту є досить перспективним напрямом підвищення ефективності і

результативності процесів комерціалізації інтелектуальних розробок на туристичних підприємствах. Розробка механізму управління комерціалізацією інтелектуальної власності на основі технологічного аудиту є надзвичайно актуальною темою для наукового дослідження, відображає реалії сучасного, узгоджується з цілями економічного розвитку України і завданнями, що стоять перед підприємствами і організаціями, що мають досягнення в інтелектуальній сфері. Проведені нами дослідження свідчать про неоднозначне розуміння і використання технологічного аудиту на туристичних підприємствах. Нами виділено три основних напрямки, які є найбільш затребувані для цього економічного підходу, які представлені на рис. 5.10. В подальшому об'єктом нашого дослідження буде технологічний аудит об'єктів інтелектуальної власності (інтелектуальних технологій).

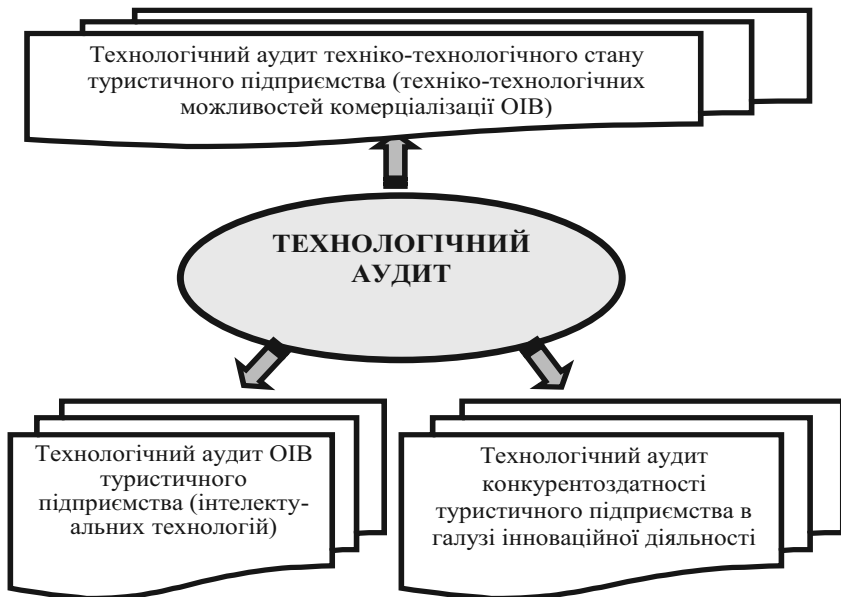


Рисунок 5.10 - Тріада напрямків проведення технологічного аудиту на туристичному підприємстві

Джерело: авторська розробка

Дослідження практики оцінки комерційного потенціалу ОІВ свідчить про наявність досить широкого інструментарію технологічного аудиту, серед якого слід виділити наступні, на наш погляд, найбільш важливі: проведення експертизи, в тому числі, технологічний маркетинг, GAP-аналіз, SWOT-аналіз, методика LIFT, методологія оцінки перспектив комерціалізації TAME та ін. [3]. Подані інвесторам інноваційні проекти повинні бути порівняні і піддаватися аналізу за допомогою єдиної системи показників. Це означає, що інформаційна база, точність і методи визначення вартісних і натуральних показників по варіантах повинні бути порівняні.

При порівнянні варіантів необхідно дотримання принципів системного підходу, що вимагають обліку всієї сукупності заходів, які необхідно здійснити при реалізації даного варіанту рішення. Неможливо запропонувати універсальну систему критеріїв і показників перспективності комерціалізації для будь-яких розробок. Вибір критеріїв і показників може варіюватися від багатьох факторів. Проте в основі запропонованого методу структурування критеріїв і показників перспективності комерціалізації розробок лежить аксіома: тільки та розробка буде перспективна для комерціалізації та дифузії у відповідних галузях економіки, яка представляє конкурентоспроможне нововведення, затребуване на ринку і підкріплене конкурентоспроможною технологією його випуску і забезпеченої ресурсами.

На підставі проведених раніше досліджень, в першу чергу наукових розробок Платонова В.В. [7; 8] та Рогової О.М. [9; 10], пропонуються проводити технологічний аудит ОІВ з використанням концепції технологічного важеля. Технологічний важіль - міра здатності фірми-інноватора поширювати передові знання та прикладні ноу-хау, отримані в процесі здійснення первинної розробки, на безліч продуктів для кінцевих користувачів. У підсумку зростає вартість матеріальних активів, яку можна визначити кількісно в грошовому вираженні, поліпшується показник прибутковості

інвестицій . Поряд з цим збільшується вартість бізнесу на величину нематеріальних активів, в даному випадку нерозривно пов'язаних з матеріальними активами, задіяними в реалізації інновацій. Обмеження даного методу оцінки інтелектуального капіталу відображає обмеження частки нематеріальних активів, зв'язок яких з цінністю бізнесу він моделює. Метод дозволяє оцінити тільки інтелектуальну власність - безпосередньо патенти і, побічно, пов'язане з ними ноу –хау.

Слід зазначити, що поняття «важіль» широко використовується в різних природничих науках і означає пристосування або механізм, що дозволяє посилювати дію на деякий об'єкт. У контексті цього дослідження для оцінки рівня комерційного потенціалу об'єктів інтелектуальної власності пропонується використати поняття технологічного важеля, яке відбиватиме рівень зміни приросту капіталу підприємства по відношенню до рівня зміни його витрат на створення. При позитивному значенні технологічного важеля можна робити висновок про рівень інноваційної сприйнятливості підприємства-розробника технологічних новацій, його уміння і здатність не лише розробляти прогресивні ОІВ, але і ефективно використати (комерціалізувати) свої розробки.

Аналітична модель технологічного важеля може бути виражена з використанням вартісного підходу:

$$TP = \sum_{i=1}^N \frac{Z_i + Z_{\text{баз}}}{Z_{\text{баз}}}, \quad (5.1)$$

де TP - технологічний важіль;

N - кількість нових сфер використання базового ОІВ ($OIB_{\text{баз}}$ в продуктах і технологіях;

$Z_{\text{баз}}$ - витрати, пов'язані з розробкою $OIB_{\text{баз}}$;

Z_i - витрати на розробку i -го продукту або технології, створених з використанням $OIB_{\text{баз}}$.

Рівень комерційного потенціалу не обмежується тільки дією

індикатора (5.1). Пропонується також враховувати наступні, як нам представляється, найбільш важливі складові *УКП*, які впливають на комерційні можливості *ОІВ*:

а) важеля ранніх стадій життєвого циклу товару (*РР*), який виникає на етапі освоєння ринку для нової продукції і забезпечується її оригінальністю, високим рівнем споживчих властивостей і, як наслідок, більш високою ціною (ціновий леверидж):

$$PP = \frac{C_{np}}{\Pi} = \frac{\Pi + C_{nep} + C_{nocm}}{\Pi} = 1 + \frac{C_{nep}}{\Pi} + \frac{C_{nocm}}{\Pi}, \quad (5.2)$$

де C_{np} - ціна продажів інноваційної продукції, створеної з використанням $OIB_{баз}$;

Π - прибуток від продажів;

C_{nep} - змінні витрати в собівартості одиниці інноваційної продукції;

C_{nocm} - постійні витрати в собівартості продукції;

б) операційний важіль (натуральний операційний леверидж) - *ОР* - тісно пов'язаний з важелем ранніх стадій життєвого циклу товару і показує, в скільки разів темпи зміни прибутку від продажів перевищують темпи зміни виручки:

$$OP = \frac{B_{np} - C_{nep}}{\Pi} = \frac{(\Pi + C_{nep} + C_{nocm}) - C_{nep}}{\Pi} = 1 + \frac{C_{nocm}}{\Pi}, \quad (5.3)$$

де B_{np} - об'єм продажу продукції, створеної з використанням $OIB_{баз}$.

в) важіль творця $OIB_{баз}$ (*РС*) - відбиває отримання при розробці $OIB_{баз}$ нових знань, оригінальної інформації, науково-виробничого досвіду, ноу-хау і тому подібне, які можуть бути використані при виробництві нових або при удосконаленні існуючих інноваційних продуктів і технологій. Це може істотно вплинути на об'єм інвестицій в розробки, які були б інакше

значно більше. Важіль творця $OIB_{\text{баз}}$ (PC) може бути визначений на основі класичної теорії економічної ефективності : як відношення усіх j -х отриманих результатів (це загальна сума усіх надходжень до бюджету розробника від продажу $OIB_{\text{баз}}$ і від усіх розробок на його основі - $E_j^{\text{бюд}}$) до сумарних витрат (сумарні витрати на створення і просування усіх j -х розробок на його основі $E_j^{\text{бюд}}$, включаючи також і базові витрати на створення і просування $OIB_{\text{баз}}$).

$$PC = \frac{\sum_{j=1}^J E_j^{\text{бюд}}}{\sum_{j=1}^J Z_j^{\text{ОИС}}}, \quad (5.4)$$

Виходячи з вищевикладених посилок, з'являється можливість аналітично сформулювати модель, яка визначає силу технологічного важеля CTP:

$$УКП = F(TP, PP, OP, PC) \quad (5.5)$$

за наявності наступних обмежень:

$$\left\{ \begin{array}{l} TP > 2; \\ PP > 1; \\ OP > 0; \\ PC > 0. \end{array} \right\}$$

Доцільність включення важеля творця PC в модель (5.5) при дотриманні умови $PC > 0$ пояснюється тим, що при недотриманні цієї умови (тобто витрати на створення $OIB_{\text{баз}}$ перевищують ефект (надходження до бюджету підприємства) від неї, то подальші розробки в цьому напрямі або безперспективні із-за слабкої наукової і технологічної цінності, або економічно неможливі, із-за складнощів в знаходженні сфер застосування і прийнятних умов технологічного трансферу.

На основі проведеного дослідження слід зробити висновки про те, що сфера науково-технічної діяльності в нашій країні - одна з найбільш складних з погляду нормативно-законодавчого забезпечення. На жаль, до цих пір з боку держави не зроблені кроки, необхідні для перетворення науково-технічної діяльності на повноцінну галузь народного господарства. До цих пір не розроблені чіткі механізми по залученню і використанню результатів науково-технічної діяльності, зокрема ОІВ, в господарський обіг. Адже саме держава зобов'язана звернути особливу увагу на науково-технічну діяльність і створити нормативно-правове поле, сприяюче комерціалізації результатів наукових досліджень і розробок.

Як показали результати проведених нами досліджень, основні труднощі в області комерціалізації інтелектуальної власності на туристичному підприємстві, які гальмують процеси формування і реалізації інновацій продукту полягають в наступному:

- нормативно-законодавча проблема;
- проблема вартісної оцінки ОІВ;
- кадрова проблема;
- проблема організаційного забезпечення процесів комерціалізації ОІВ.

Перераховані проблеми не зменшують значущість і інших, зв'язаних, наприклад, з фінансуванням, створенням необхідної інфраструктури, ринковою затребуваністю науково-технічних нововведень і ін. Проте парадокс ситуації, що склалася та з якою стикається немало туристичних фірм, полягає в тому, що навіть при подоланні фінансової проблеми і наявної ринкової потреби на ОІВ їх комерціалізація не просувається.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нових або зміни, покращення існуючих туристичних продуктів, удосконалення готельних, транспортних і інших послуг, освоєння нових ринків, застосування сучасних інформаційних технологій та передових технологій організаційно-управлінської діяльності. Широке

впровадження у діяльність туристичних підприємств інноваційних технологій і продуктів, а також нестандартних способів обслуговування клієнтів стає ключовим фактором їх економічного розвитку.

1. Антонец В.Л. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок : учеб. пособие / Антонец В. Л., Нечаева Н. В., Хомкин К. А., Шведова В. В. ; общ. ред. К. А. Хомкина. М. : Издательство «Дело» АНХ, 2009. 320 с.
2. Боер Ф. Питер Оценка стоимости технологий: проблемы бизнеса и финансов в мире исследований и разработок / Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2007. 132 с.
3. Квашнин А. Как провести экспертизу проекта коммерциализации технологий : практ. пособ. М. : Проект Europeaid «Наука и коммерциализация технологий», 2006. 48 с.
4. Момот В.М., Минак Р.С. Метод оценки объектов интеллектуальной собственности. *Бизнес-Информ*. 2010. №6. С. 28-30.
5. Нестеренко Е.А. Методы оценки стоимости венчурного капитала *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2012. №5-6. С.129-143.
6. Пильнов Г., Тарасова О., Яновский А. Как проводить технологический аудит : практ. рук. М. : Проект EuropeAid «Наука и коммерциализация технологий», 2006. 96 с.
7. Платонов В.В., Рогова Е.М., Тихомиров Н.Н. Интеллектуальные активы и инновации. СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2008. 278 с.
8. Платонов В.В. Ресурсное обеспечение инновационной деятельности. СПб.: СПбГУЭФ, 2003. 129 с.
9. Рогова Е.М, Ткаченко Е. А., Фияксель Э.А. Венчурный менеджмент: учеб. пособ. М. : Изд. дом Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2011. 440 с.
10. Рогова Е.М., Рогова Е.М., Тихомиров Н.Н. Формирование и реализация механизмов технологического трансфера: монография. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. 194 с.
11. Фияксель Э.А. Теория, методы и практика венчурного бизнеса. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. 315 с.
12. Цибульов П.М. Чеботарьов В.П., Зінов В.Г., Суїні Ю. Управління інтелектуальною власністю. К. : «К.І.С.», 2005. 448 с.
13. Закон України про державне регулювання діяльності у сфері

- трансферу технологій (станом на 1 січня 2011р.) / Верховна Рада України. Київ : Парламентське видавництво, 2006, ст. 434.
14. Мізюк Б.М., Полотай Б.Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2016. Вип.51. С.45-49.
15. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 15 (1291). С. 53-63.
16. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 15 (1291). С. 89-94.
17. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 47 (1323). С. 114-120.
18. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 15 (1291). С. 137-143.
19. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 48 (1324). С. 121-127.
20. Nagy S. Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2017. № 46 (1267). С. 174-179.
21. Pererva P., Kocziszky G, Szakaly D., Somosi V. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
22. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии : учеб.пособ. для маш. спец. инж.-техн.вузов. Харьков :

«Основа», 1993. 288 с.

23. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176 с.

24. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi V., Kobieliieva T. Compliance program. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

25. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2017. № 45 (1266). С. 51-55.

26. Кобелєва Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 48 (1324). С. 46-52.

27. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові. / *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. № 37(1313). С. 27-32.

28. Кобелєва Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

5.4 Особливості комерціалізації екологічно-орієнтованої інноваційної продукції

Нераціональне використання природних ресурсів та надмірне навантаження на навколишнє природне середовище у наслідок прискорення темпів науково-технічного розвитку зумовило зміну потреб суспільства та виробничого сектору. З одного боку, підвищення соціально-економічного та технологічного рівня життєдіяльності, а з іншого, - зниження якості умов життя та природного середовища призводять до появи нових потреб, спрямованих на ліквідацію негативних побічних наслідків суспільного розвитку. Задоволення таких потреб сьогодні є надзвичайно актуальним, адже воно пов'язане із досягненням