**ТЕМА 6.**

**ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ В ТУРИЗМІ**

6.1 Нові види і форми організації подорожей

6.1.1 Особливості екстремального туризму

6.1.2 Сухопутний туризм

6.1.3 Пригодницький туризм

6.1.4 Повітряний туризм, відпочинок і розваги

6.1.5 Водний туризм

6.1.6 Інші інноваційні напрями в туризмі

6.2 Система клубного відпочинку таймшер

6.3 Аналіз тенденцій розвитку ринку світового медичного туризму

**6.1 Нові види і форми організації подорожей**

**6.1.1 Особливості екстремального туризму**

**Екстремальний туризм** є одним з дуже перспективних напрямів у сучасній сфері відпочинку і розваг. Універсального визначення, що вважати екстремальним видом спорту або туризму, не існує. Звичайно, є види професійної діяльності або розваг, пов'язані з великим ризиком для життя і здоров'я (наприклад, польоти на різних літальних апаратах, скелелазіння, глибоководні занурення). Але те, що є **екстримом** для одних, може бути усього лише роботою для інших.

Один і той же маршрут може бути екстремальним для новачка (наприклад для початкуючого велосипедиста, каноїста, альпініста і т. ін.) і легкою прогулянкою для підготовленого туриста і спортсмена.

Малорухомий спосіб життя сучасної, особливо міської людини, коли далеко не усі регулярно займаються спортом або випробовують фізичні навантаження, призводить до того, що якщо зупинка міського автотранспорту знаходиться більше ніж на відстані 100 м від будинку, то для багатьох це вже є істотним навантаженням.

Будь-який туристичний похід IV-V категорії складності, на думку фахівців, вже може вважатися екстремальним. Як відомо, категорія складності в спортивному туризмі визначається тривалістю походу в днях (для IV категорії не менше 13 і для V не менше 16 днів) і протяжністю в кілометрах. Мінімальна відстань визначена для гірських походів (IV категорія – 150 км, V – 160 км). Для пішохідних подорожей цей показник визначається в рамках 220-250 км, лижних – 250-300 км, водних – 225-250 км, велосипедних – 800-1100 км, мотоциклетних – 3200-4000 км, автомобільних – 4500-5000 км. Тому поняття **«екстремальний туризм»** дуже відносне. У зв'язку з цим багато фірм, що займаються **пригодницьким туризмом**, вводять власні категорії маршрутів.

Так, світовий лідер пригодницького туризму – британська компанія «Exodus» – використовує буквені позначення для кожного способу пересування під час подорожей. Наприклад, для трекінгу (чи пішохідного туризму) ними розроблена шкала від А до Е.

**А** – не занадто стомлива прогулянка, обтяжена рюкзаком з мінімальною кількістю легких особистих речей. Далі йдуть категорії складності по висхідній, які закінчуються позначенням літерою **Е**, що є повноцінним сходженням на 5-7-тисячники, здатні зацікавити навіть самих бувалих альпіністів.

Умови для турів на велосипеді представлені на шкалі від А до D. **Категорія А** – це суцільне задоволення. Під час такого походу учасник крутить педалі у супроводі автобуса, в який можна пересісти, якщо покинуть сили або піде дощ. Найскладніший велосипедний тур **категорії D** – є поїздкою по важкому бездоріжжю і без жодного ескорту.

Зараз в туристичній сфері з'явилася безліч нових екзотичних термінів: **«трекінг»,** **«рафтинг», «джипінг»,** або **«джип-сафарі», «дайвінг»** та ін. Проте при найближчому розгляді це ті ж старі види пішохідного, водного, автомобільного, підводного туризму.

Разом з традиційними способами активного відпочинку і розваг за декілька останніх десятиліть у сфері туризму з'явилося багато абсолютно нових, а то і екзотичних варіантів використання вільного часу.

Деякі з них, наприклад **кайтинг**, виникли на основі комбінування інших видів екстриму і поєднують в собі водно-повітряні або легко-сухопутні види розваг. Інші, такі як подорожі по воді на надувних лижах або **космотуризм**, є принципово новими.

Інноваційним напрямом в екстремальному туризмі є розваги («мілітарі- туризм», подорожі в стилі «Індіана Джонс», «Бурлаки на Волзі» та ін.), що також театралізуються, а також історичний і науково-дослідний (археологічний, геологічний, палеонтологічний, орнітологічний та ін.) види туризму.

Дуже велике поширення у кінці XX – початку XXI вв. отримав **екологічний туризм**, який дуже часто пов'язаний з екстримом. Нині не існує встановленої класифікації видів екстремального туризму і розваг. Як, вже було сказано, це пов'язано з відносністю екстриму. Далі розглянемо інновації у сфері екстремального туризму в послідовності, побудованій за принципом середовища, в якому він існує.

**6.1.2 Сухопутний туризм**

**Трекінг**. **Трекінг, або пішохідний туризм** – один з найпоширеніших видів туризму. Незважаючи на якісний і кількісний розвиток багатьох видів транспорту, пішохідні маршрути не лише не втрачають своєї популярності, але і постійно є одним з найпереважніших видів відпочинку, особливо у жителів промислово розвинених країн.

Найвідомішими у світі трекінг-турами є наступні маршрути: що проходить по Великому вододільному хребту США від канадського кордону до Мексики через Каскадні гори і хребти Сьєрра-Невади (загальна протяжність складає 4200 км); стежка інків у Перу – дорога древніх, прокладена в Центральних Андах від міста Куско до міста Мачу-Пікчу; маршрут Оверленд-Трек на острові Тасманія в Австралії протяжністю 80 км і багато інших. Щорічно туристичними фірмами багатьох країн розробляється велика кількість нових трекінгових маршрутів.

**Трекінг-тур** – це туристичний пішохідний багатоденний (до 10-14 днів) маршрут з інструктором-провідником. Туристи під час трекінг-тура самі несуть рюкзаки, спальні мішки, невеликі намети, запас харчування, медикаменти, самі улаштовують тимчасові стоянки і самі готують їжу.

У всьому світі дуже популярні пішохідні тури по екзотичних місцях, хоча в багатьох регіонах так е задоволення дуже дорого коштує. Наприклад, сходження на загадкову і таємничу Джомолунгму – найвищий пік на планеті Земля – коштує, як мінімум, від 400 до 2000 доларів, і це не рахуючи вартості дороги до неї. Проте охочих зробити сходження, незважаючи на трудомісткість і складність маршруту і дорожнечу, так багато, що з них утворюється черга на два-три роки вперед. Такий же бум спостерігається в Гімалаях і на Тібеті.

Для таких турів необхідно бути готовим до різних труднощів: переходам по вузьких висячих мостах через ущелини, подоланню крутих скель і гірських стежок, водних потоків і т. д. Такі подорожі вимагають наявності спеціального обладнання: спеціального одягу і взуття, вірьовок, плотів, компасів та ін.

Трекінг-тури можуть бути цілком самостійним туристичним продуктом, а можуть входити складовою частиною в інші.

Варіантом трекінг-туров є так звані кросінг-тури. **Кросінг-тури** – це подорожі через усю країну або континент з комбінованими способами пересування на різних етапах. Такі маршрути, як правило, проходять через природні національні парки і заповідники, де туристи здійснюють пішохідні переходи, відві- дуючи унікальні природні резервації, знайомлячись з рідкісними видами рослин, тварин і птахів, спостерігаючи їх в природному середовищі.

Незважаючи на те що трекінг (чи пішохідні подорожі і екскурсії) відно- ситься до одного з найбільш безпечних видів туризму, за певних умов він також може стати екстремальним. В першу чергу йдеться про маршрути, що проходять по складних місцевостях, : горам, зарослим лісам (наприклад, тайзі), болотам, тундрі, напівпустелям і пустелям та ін. В цьому випадку важливою умовою є наявність спеціальної фізичної підготовки учасників, а також схожість їх фізичного стану.

Останніми роками набув поширення термін **«туріада»,** тобто комплекс туристичних заходів, що включають походи, які здійснюються декількома групами в одному районі по узгоджених маршрутах. Наприклад, туріади гірських туристів проводяться в районі Дзинаги на північному Кавказі. У туріаду включаються проходження походів четвертої, третьої і другої категорій складності, організація базових таборів, дії рятувальних загонів та інші заходи**.**

**Альпінізм**

Альпінізм є одним з найскладніших і небезпечніших видів туризму. Підкоренням гірських вершин займаються в усіх країнах, де такі вершини є. У всьому світі регулярно проводяться зльоти туристів-альпіністів. Під час підйомів на льодовики альпіністи часто здійснюють несподівані відкриття. Наприклад, в Альпах нерідко знаходять останки тварин і людей самих різних періодів, починаючи з льодовикового. Наприклад, на початку 1990-х рр. групою альпіністів на льодовику Кічі-Муруджу, який розташований на відрогах Головного Кавказького хребта, був виявлений літак часів Великої Вітчизняної війни із загиблим льотчиком. Завдяки наполегливим пошукам ентузіастів вдалося не лише упізнати ім'я льотчика, але і відновити усі подробиці героїчного повітряного бою, в якому він загинув.

**Скелелазіння** є близьким за багатьома параметрами до альпінізму, але все ж таки відрізняється від нього, має різні варіанти (наприклад, за допомогою технічного обладнання або без нього). Популярність цього виду діяльності настільки висока, що там, де немає скель, споруджуються скелелазні стінки (наприклад, в спортивно-технічних центрах або в міні-парках экстрим-розваг).

**Велосипедний туризм**

Велосипед був, а в деяких країнах досі залишається одним з основних видів технічного транспорту. Велотури разом з трекінгом, кінним і деякими іншими видами є основою екологічного туризму. Разом із звичайними подорожами на велосипедах, що проходять по нескладних безпечних маршрутах, отримує розвиток і екстремальний велотуризм на трасах підвищеної складності. Такі траси проходять, як правило, у важкодоступних місцевостях, таких як гори або пустелі.

Нині існує три основні типи велосипедів: **дорожні, кросові та гірські**. Кожен з них має сотні різних модифікацій.

Дорожний велосипед призначений для переміщення по дорогах з покриттям. Він відрізняється тим, що у нього вузькі колеса і тонкі шини. У гірських велосипедів широкі рифлені шини і спеціальні ресори для пом'якшення ударів. Кросовий велосипед є гібридом перших двох.

Для екстремальних велотурів, що проходять в складних природно-ландшафтних умовах, використовується в першу чергу гірський велосипед, який часто називається **«моунтен-байк».** Його конструкція розроблялася спеціально для кросів, що проходять по сильно пересіченій місцевості.

Головна особливість конструкції гірського велосипеда – висока міцність і надійність усіх вузлів у поєднанні з підвищеною прохідністю і порівняно невеликою вагою. Такі велосипеди мають до 24 передач, перемикання яких відбувається за допомогою напівавтоматичної системи. Діаметр коліс зменшений, вони забезпечені широкими шинами з високим рельєфним протектором. Безпечний спуск по крутих схилах на «моунтен-байці» гарантують колодкові гальма із збільшеним розміром колодок, які забезпечують велику площу зчеплення при гальмуванні. Рами велосипедів зварені з товстих труб круглого, еліптичного або навіть прямокутного перерізу. Висота рами менша, ніж у звичайного дорожного велосипеда, на складних ділянках маршруту завжди є можливість упертися в землю ногами і запобігти падінню. Передня вилка теж виготовлена з труб підвищеної міцності, а у її пір'я дуже незначна кривизна для підвищення маневреності «моунтен-байка». Зручність управління такою машиною на складній трасі забезпечує широке пряме кермо.

Один з найвідоміших у світі велосипедних маршрутів проходить в Канадських Скелястих горах. Останніми роками гірські велотури набули великого поширення в Україні. В українських Карпатах є веломаршрути І-ІV категорії складності, у Криму І-ІІІ категорії.

**Туризм на лижах**

Відомі дуже багато способів організації туризму на лижах. Це оздоровчі тури вихідного дня, ходіння на лижах по рівнинній і пересіченій місцевості, здійснення коротких або багатоденних переходів в туристичних або спортивних цілях.

Природно, лижний туризм найбільш розвинений в північних країнах, де багато снігу. Особливо виділяється в цьому плані Скандинавія. У Фінляндії, Швеції і Норвегії можна знайти практичний будь-який спосіб подорожі по снігу: лижі, сані, нарти та інш. Дуже популярно в цих країнах сафарі на мотосанях. Дуже оригінальною розвагою є прогулянка на снігоступах.

Незважаючи на відносну безпеку пересування на лижах, тривалі багатоденні походи по суворих безлюдних регіонах (наприклад, в тайзі, тундрі, гірській місцевості) – досить екстремальний вид туризму.

Дуже популярним напрямом туристичних подорожей на лижах є підкорення Північного і Південного полюсів. Цікаво, що досі, за винятком повітряного транспорту у вигляді вертольотів, підкорення цих крайніх точок земної кулі можливе тільки на лижах. Раніше в такі походи вирушали лише найсміливіші і мужніші одинаки або невеликі групи мандрівників, які до того ж повинні були мати солідний досвід і підготовку до полярних умов. Зараз таку подорож може зробити практично будь-яка міцна і витривала людина, що знаходиться в хорошій фізичній формі. І хоча такий похід коштує досить дорого (потрібні спеціальна екіпіровка і спорядження), охочих добратися на лижах до полюсів з кожним роком стає все більше і більше.

**Гірські лижі**

**Гірські лижі** – один з традиційних і дуже популярних у всьому світі видів туризму. У багатьох країнах Європи, Близького Сходу, в США, Канаді створені елітні гірськолижні курорти. На курортах разом з комфортабельним катанням з безпечних гір на добре підготовлених пологих спусках створюються спеціальні умови для гірськолижного спорту і екстриму (траси для швидкісного спуску, слалому, фристайлу, лижної акробатики, стрибків з трампліну, сноубордингу).

Нині екстремальні види гірськолижного туризму отримують усе більший розвиток. Велику популярність отримав один з найнебезпечніших – **sky-extrime** – спуски по непідготовлених гірських схилах. Лижників доставляють на вершину гірського схилу (як правило, вертольотом), а далі вони спускаються на лижах (чи на одній лижі) самостійно.

По мірі складності спуски на гірських лижах розділяються на декілька категорій. Новачки починають з так званої зеленої траси – найпростішої і безпечнішої. Для лижників, що упевнено катаються, призначені «сині» траси з середнім ухилом. Дуже крутий схил без перешкод для любителів великих швидкостей називається «червонною» трасою. І, нарешті, для професіоналів швидкісного екстремального спуску існують «чорні» траси підвищеної складності з екстремально крутим схилом і наявністю природних перешкод.

Кожен гірськолижник може вибирати той відрізок траси, який відповідає його класу і досвіду. У українських Карпатах і Криму також є можливість професійного катання на гірських лижах, проте категорія складності обмежується ІІІ. Постійна присутність чергових рятувальників, розділення траси для лижників, сноубордистів, саней і снігоходів сприяють безпеці на гірських спусках. Для новачків проводяться курси інструктажу. Особлива програма пропонується для асів, яка називається «Вертушкою» – любителів гострих відчуттів закидають на висоту 4 км до снігової вершини, звідки вони самостійно сходять вниз.

У деяких близькосхідних країнах, що славляться своєю туристичною гостинністю (наприклад, Дубаї), придумали розвагу у вигляді катання на лижах в пустелі: лижний слалом по барханах, який користується у туристів великою популярністю, і, ймовірно, є одним з найбезпечніших його видів.

**Верховий туризм**

Верхові і в'ючні тварини є, мабуть, найпершим транспортним засобом, який використовували туристи і мандрівники (не рахуючи плотів і човнів).

Коні, поні, мули, осли, собаки, олені, верблюди, буйволи, яки, слони, лами перевозять як самих туристів, так і вантажі.

На відміну від багатьох інших видів транспорту ці тварини можуть пройти там, де не проїде автомобіль або велосипед, а пересування на них дозволить побачити те, що ніколи не розгледіти з літальних апаратів.

**Кінний туризм**

Один з найпоширеніших видів туризму, що використовують верхових тварин, є кінний туризм. Останнім часом його популярність неймовірно зросла. У всьому світі будуються кемпінги для обслуговування вершників, прокладаються нові кінно-туристичні маршрути.

Перевага кінних маршрутів полягає в їх великій потенційній різноманітності. Коні можуть проходити по гористій і пересіченій місцевості, по пісках будь-якої складності, по засніжених ділянках з глибоким сніговим покривом, по воді (виключаючи, природно, водоймища з швидкою течією, наприклад гірські річки).

Кінний туризм також може стати дуже і дуже екстремальним залежно від маршруту і характеру подорожі. Легкі прогулянки по околицях курорту і багатоденні переходи в складних природно-ландшафтних умовах є дуже різними видами туризму.

Одним з найвідоміших кінних маршрутів у світі є тижнева подорож верхи по диких горах Сьєрра-Невада в Йосемитскому національному парку в штаті Каліфорнія (США).

Україна має в розпорядженні чудові ресурси для розвитку кінного туризму. Росте кількість конярських комплексів. Серед заможних українців стає дуже престижним мати племінних скакунів. Кінні маршрути, у тому числі і екстремальні, відроджуються в Карпатах, Кримському регіоні, Приазов'ї і багатьох інших регіонах

**Тури на собаках**

У північних країнах великою популярністю користуються їздові собаки.

Якщо кінні тури, особливо тривалі по відстані і багатоденні, переважають в основному в теплу пору року, то тури на собаках можливі в основному за наявності снігу. Тому особливого поширення вони набули в країнах і регіонах з досить тривалим зимовим сезоном. Подорожі з подоланням значних відстаней по засніжених просторах є не лише екзотикою. В деякі куточки планети, наприклад у тундру, можна добратися тільки цим видам транспорту. Багато туристичних фірм організовують багатоденні подорожі для груп екстремалів. Туристів в процесі подорожі учать запрягати собак в збрую, управляти упряжкою. Деякі маршрути мають протяжність до 300 – 400 км.

Окрім коней і собак, в проведенні туристичних подорожей залежно від регіону, в якому вони проводяться, використовуються й інші тварини – слони в Африці і Азії, поні в Ісландії. Організовуються сафарі на оленячих упряжках (у Фінляндії), на яках (у Монголії і Тібеті), на верблюдах (у пустинних і напівпустинних областях Азії і Африки) та ін.

**Джипінг**

З розвитком автомобілебудування і збільшенням кількості автомобільного транспорту усе більшого поширення набувають автотури.

Зараз подорож на автомобілях прийнято називати джипінгом. **Джипінг** – це екстремальна поїздка на джипах та інших автомобілях високої прохідності, яка проходить, як правило, по бездоріжжю. Нерідко цікаві туристичні об'єкти знаходяться далеко від наїжджених зручних доріг або шосе, і туристам доводиться слідувати по лісових дорогах, степу або пустелі, долати природні перешкоди, у тому числі і водні броди.

Для подолання перешкод автомобілі повинні мати підвищену прохідність. Цим цілям відповідають джипи або позашляховики. Нині практично усі автомобільні заводи або концерни випускають самі різні моделі позашляховиків.

Джип-сафарі є поїздкою на природу або в заповідник на джипах. Для охочих отримати гострі відчуття в туристичних центрах організовуються поїздки на позашляховиках в гори, пустелі та інші малонаселені і обжиті місцевості.

Одним з найзнаменитіших джип-сафарі є «Camel Throfy». Дуже сприяє популяризації цього виду туризму регулярне проведення авторалі «Париж – Дакар». У відомому туристичному курорті – Дубаї дуже популярні сафарі в пустелі, прогулянки на джипі по дюнах.

**6.1.3 Пригодницькі тури**

Інновацією у сфері туризму, що отримала розвиток в останні десятиліття, стали пригодницькі тури. Вони не мають нічого спільного з тими авантюрними мандрами минулого, які неминуче супроводжувалися голодом, цингою, а то і загрозою втрати життю.

Пригодницькі тури прийнято вважати комерційною подорожжю з активними способами пересування, пов'язаним з перебуванням в природному середовищі.

Прийнято вважати, що пригодницькі тури мають принципові відмінності від активного відпочинку, спортивного і екстремального туризму.

Основною відмінністю спортивного туризму від пригодницького є те, що спортивний туризм спрямований на виконання певних нормативів, йому чужі зайвий комфорт і сервіс. В той же час пригодницький туризм – все-таки відпочинок в задоволення з певною пізнавальною метою. Комфортабельність і якісний сервіс – саме те, за що туристи платять гроші. Їм потрібний комфорт навіть в умовах автомобільного походу. Такий комфорт передбачає якісне різноманітне харчування, екскурсійну і розважальну програму, а головне – підвищену увага до їх безпеки.

Підготовка до справжніх пригод починається у той момент, коли у людини виникає бажання упізнати природу, історію, культуру якого-небудь краю, часто малодоступного і навіть маловідомого.

Набір засобів і способів пересування в пригодницькому турі може бути самим різним: рафт, каное, джип, верблюд, слон, кінь, віслюк, велосипед та інші, закінчуючи власними ногами. Вибір засобів пересування визначається метою подорожі.

Дуже часто під час пригодницьких турів здійснюються різні відкриття, що мають дуже важливе значення для науки і культури.

Одним з цікавих напрямів пригодницького туризму стає включення туристів в геологічні, археологічні, палеонтологічні, етнографічні, біологічні, геофизичні експедиції, що проводяться вченими. Такі експедиції можуть бути як стаціонарними (наприклад, на місці розкопок), так і розвідувальними, спрямованими на виявлення нових об'єктів дослідження.

Дуже популярними у всьому світі є пригодницькі тури **фото-сафарі**, деякі з них за умовами проведення дуже наближені до екстриму.

Одним з різновидів пригодницького туризму є екологічні екстремальні подорожі, пов'язані з вивченням і охороною тваринного і рослинного світу нашої планети. Особливу роль в розвитку цього напряму у всьому світі відіграє Всесвітній фонд дикої природи (WWR) – один з найпопулярніших у світі неурядових природоохоронних організацій.

Складовою частиною сфери пригод є **історико-пригодницький туризм**, одним з напрямів якого є організація участі туристів в роботі загонів «Пошук», які проводять обстеження по місцях боїв Великої Вітчизняної війни. Нині цим зайняті в основному ентузіасти, причому в більшості випадків вони проводять таку важливу і потрібну роботу за свій рахунок. Проте цей вид діяльності, поза сумнівом, пов'язаний з екстримом, тому при умілій рекламі і організації він цілком може стати невичерпним туристичним ресурсом для людей, що прагнуть до ризику. Залучення додаткових фінансових і людських ресурсів дозволить таким чином вирішувати відразу декілька завдань: пошук і перепоховання воїнів, загиблих в роки Великої Вітчизняної війни, відновлення білих плям в її історії, пошук і збереження військових раритетів, патріотичне виховання, активне корисне проведення часу та ін.

Пригодницький туризм має дуже великі перспективи розвитку в природно-культурних центрах, в яких зосереджені різноманітні пам'ятники природи, історії і культури.

Цікавим явищем, що спостерігається у цивілізованому світі останніми роками, є мало не обов'язкова участь співробітників різних фірм в пригодницькому туризмі. В даному випадку йдеться про своєрідний варіант корпоративного відпочинку. Однією з останніх і швидко поширюваних тенденцій в області корпоративного відпочинку є «Busness in the Wilderness» – «Бізнес на лоні дикої природи». Особливо великого поширення він набув в Японії. Концепція його надзвичайно проста: втомлені урбанізацією, офіційними засіданнями менеджери повинні почастіше виїжджати на дику природу і прямо там, на її дикому лоні, проводити семінари і конференції, жити в наметах або пересувних кемпінгах в лісах, горах, сплавлятися на плотах по гірських річках, скакатися на конях або на велосипеді.

Однією з найважливіших умов проведення пригодницьких турів є забезпечення безпеки туристів і мандрівників. Туроператори розуміють, що забезпечення безпеки – питання репутації туристичної фірми. Чим складніше заявлений маршрут, тим вище вимоги до його організації і рівня підготовки учасників.

Для кожної людини слово «пригоди» має свій сенс. Головне полягає в тому, щоб насолоджуватися активним життям і пам'ятати, що пригода – це те, що ви створюєте самі.

**Екзотик-тури**

Окрім звичних пригодницьких екстремальних туристичних подорожей і пригод, останнім часом отримали розвиток і екзотичні.

Дуже популярним напрям в екстремальному туризмі є так званий **мілітарі-туризм.**

Екскурсійно-пізнавальні тури проводяться по спеціально облаштованих для екскурсійного показу печерах. У таких печерах туристи пересуваються по спеціально прокладених стежках або на транспорті (наприклад, на міні-електровозах), в них налагоджено освітлення, маршрути супроводжують кваліфіковані екскурсоводи. Відвідування обладнаних печер не вимагає спеціальної фізичної підготовки. Спортивна спелеологія припускає відвідування необладнаних, але в тій чи іншій мірі вивчених печер. Такі печери, як правило, безпечні, а групи туристів супроводжують досвідчені інструктори.

**Спелеотуризм**

**Спелеотуризм науково-дослідної спрямованості** – це подорожі професійних спелеологів з метою виявлення і дослідження нових печер і печерних комплексів. Саме цей вид спелеології можна назвати екстремальним. Він вимагає спеціального обладнання, підготовки і особливих навичок. У світі існує безліч унікальних печер. Назвемо лише деякі з них: колосальна печера «Грот гігантів» в Європі, Мармурова печера в штаті Кентуккі (США), Уайтомо в Новій Зеландії.

**6.1.4 Повітряний туризм, відпочинок і розваги Планеризм**

**Планер** – один з найлегших літальних апаратів. Оскільки він не має мотора, то, щоб здійснити політ, апарат необхідно спочатку розігнати до певної швидкості. Це здійснюється або шляхом буксирування його тросом іншого літака, або із землі автомашиною або іншим спеціальним тягачем. Досягши необхідної швидкості руху, що забезпечує підйомну силу, трос відчіплюється, і планер вільно парить у повітрі.

Управління планером вимагає певних літальних навичок, умінь і підготовки пілота. Така підготовка обов'язково включає отримання сертифікату. Зміст і обслуговування планерів, організацію польотів, підготовку льотчиків здійснюють в аероклубах. У США і країнах Європи існують сотні центрів планеризму.

До початку 1990-х рр. заняття планеризмом включають переважно такі дисципліни, як польоти на швидкість, на відстань, по маршрутах.

Успіхи, досягнуті планеристами, вражають. В останні 15 років в планерному спорті з'явилося нове поняття – **«вищий пілотаж на планері»,** тобто повітряна акробатика. Сьогодні це основна спортивна дисципліна. Згідно з правилами у віртуальному кубі із сторонами 1 км спортсмен повинен виконати певну кількість пілотажних фігур. Як і у фігурному катанні, довільна і обов'язкова програми. Судді оцінюють дотримання точності меж куба, чистоту і якість виконання елементів. Може здатися дивним, але сучасні пілотажні планери – польські «Свифти», «Фокси» та інші можуть виконувати абсолютно всі фігури складного і вищого пілотажу, доступні спортивним літакам.

Нині щорічно проводяться чемпіонати світу по вищому пілотажу на планерах (WGAC). Це видовищний захід проводять Угорщина, Швеція, США, Іспанія, Великобританія.

Поширеним літальним засобом є **дельтаплан**. Для його польоту потрібний розгін з гори, із землі або води за допомогою буксирування автомобілем або катером. З метою розширення можливості польотів і зменшення залежності від повітряних потоків на дельтапланах часто встановлюють легкі моторчики з повітряним гвинтом.

**Баллонінг**

Унікальним, але і дорогим видом повітряних подорожей є **баллонінг**, або тури на повітряних кулях. Одним з найбільш популярних різновидів є подорож на дирижаблях. Дирижабль на відміну від повітряної кулі забезпечений гвинтами, моторами і складною системою управління, тому польоти на ньому набагато більш цілеспрямовані і залежать не лише від повітряних потоків, але і багато в чому від пілотів.

З кінця 1960-х рр. набули поширення масові подорожі по повітрю. По всьому світу були створені десятки клубів любителів повітряних куль. Щорічно в багатьох країнах проводяться фестивалі повітряних куль. Як правило, в програму таких фестивалів обов'язково включаються перегони на цьому досить небезпечному виді транспорту.

Польоти на повітряних кулях, дирижаблях, планерах, парапланах або дельтапланах не лише дозволяють помилуватися прекрасними видами, що відкриваються, отримати незабутні враження і дають можливість зробити унікальні фото і відеозаписи (наприклад, польоти над водоспадами або кратерами вулканів). Вони дуже часто використовуються в різних наукових і господарських цілях, для дослідження практично недоступних іншими способами місць.

**Парашютинг**

Одним з екстремальних видів спорту і туризму є парашютинг або skydiving. Стрибки з парашутом дуже популярні у всьому світі серед самих різних категорій туристів.

Окрім нескладних стрибків, наприклад, тандемом з інструктором або із стандартної висоти, існують екстремальніші види парашютинга. Серед них найбільш відомими є затяжні стрибки, стрибки з малої висоти (800 м) з примусовим розкриттям парашута та ін.

Для занять цим видом спортивного туризму необхідно опанувати основні прийоми і навички вільного падіння, управління і маневрування як парашутом, так і власним тілом у польоті і потім отримати ліцензію, що дозволяє стрибки з парашутом.

Новими видами парашутних розваг є **скайсьорфінг** (**skysurfing)** – вільний політ з використанням широкої лижі від сноуборду, а також акробатичні трюки і кульбіти у вільному польоті. Одним з найнебезпечніших, але одночасно красивіших і захоплюючих видовищ є **повітряний фристайл**.

Стрибки з парашутом здійснюються не лише з літаків, але і з високих обривів і гірських схилів.

Одним з варіантів парашютингу є **парамоторинг.** В цьому випадку парашутист прикріплює до спини легкий моторчик, який за наявності потужних потоків повітря дозволяє здійснювати досить протяжні польоти на парашуті.

**Кайтинг**

Нині з'явилися розваги, що поєднують в собі підкорення відразу декількох стихій. Нещодавно їх список поповнився цілим сімейством, об'єднаним загальною назвою кайтинг (від англ. kite – «повітряний змій»). **Кайтинг** є катанням по воді або по суші на буксирі за величезним повітряним змієм, якого заздалегідь запускає в повітря людина, що катається.

Незважаючи на мудровані нові і незвичні назви (**кайтсерфінг, бодисерфінг, скудинг, мунволкінг і лифтінг**) ці спортивно-розважальні дисципліни насправді при детальному знайомстві стають цілком зрозумілими.

**Кайтсерфінг** (кайт + серфінг) є таким способом переміщення у просторі, при якому спортсмен ковзає по водній гладі або хвилям на дошці, захоплюваний запущеним у повітря змієм. Він управляє своїм двигуном за допомогою спеціальних стропів (їх може бути дві або чотири). Змій летить за вітром або рухається подібно до вітрильного судна назустріч вітровому потоку галсами. В останньому випадку потрібні певні навички в управлінні кайтом – змієм, здатним при сильному вітрі потягнути невмілого спортсмена далеко від берега, про що новачків обов'язково попереджають тренери. Щоб опанувати такі навички, вимагається не менше 10-20 годин тренувань. До речі, оволодіння майстерністю кайтинга зазвичай починається на суші і навіть не з самим змієм, а з його макетом. У перших запусках початкуючому спортсменові допомагає інструктор, і лише через деякий час приходить досвід самостійного запуску і управління змієм. Одним з різновидів кайтсерфінгу є катання на дошці під парашутом.

Два іних види розваги з повітряним змієм – **бодисерфинг** і **скудинг** – є ковзанням на ногах відповідно по воді або по піщаному пляжу без дошки. Таке можливе лише на високій швидкості, тому і вітер має бути значним, а кайт, тобто повітряний змій, забезпечувати потужне тягове зусилля. Для скудингу, буде потрібний великий і пустинний пляж. Незважаючи на те, що скудинг – заняття зовсім не безпечне, оскільки людину, що «ковзає по піску» можуть очікувати травми при неминучих падіннях, рух скудингистів постійно поширюється.

Термін **«мунвокинг»** походить від англійських слів **moon** – «місяць» і **wolken** – «прогулянка». Ця прогулянка найбільше схожа на атракціон «гігантські кроки». Спортсмен примушує свій кайт постійно здійснювати фігуру пілотажу, відому під назвою «гірка». Злітаючи вгору, змій на деякий час піднімає спортсмена над водною поверхнею або земною твердю (в останньому випадку спортсмен, ризикує набагато більше). По відгуках знавців, розвага захоплює.

Найбільш небезпечною із забав з повітряним змієм є підйом на кайті у повітря, або, як його називають, **«лифтінг**». Подібно дельтапланеристу, спортсмен тримається за прикріплену до змія спеціальну трапецію, а змій надійно пов'язаний із землею страхувальним фалом.

Рух кайтингістів отримав настільки широкий розвиток, що починаючи з 1998 р. проводяться регулярні чемпіонати світу по кайтингу.

За часом і способам проведення вони бувають зимові і літні. У програму чемпіонатів обов'язково входить змагання спортсменів у швидкості проходження відміряної дистанції. Дуже видовищною дисципліною є кайтинговий фристайл, що являє собою виконанням різних трюків і акробатичних номерів на серфі. Обов'язкова умова фристайлу: після кожного трюка спортсмен повинен стійко приземлити або приводнити (залежно від того, де проводяться змагання) свій серф. Ще однією, поки неофіційною, але надзвичайно популярною серед спортсменів дисципліною змагань є змагання на тривалість безперервного польоту на змії. Деяким досвідченим учасникам вдається протриматися у повітрі до 10 с.

**Авіаційний туризм**

Надзвичайно популярні в країнах Європи, США, Австралії польоти на легких моторних літаках і вертольотах, які використовуються в самих різних цілях, у тому числі і у сфері туризму і розваг. На жаль, в Україні цей вид техніки доки практично не набув поширення.

Окрім легких літальних засобів, все більшу популярність завойовують польоти на серйозній техніці. У багатьох країнах програми авіаційного туризму вже давно мають стабільний попит у туристів. Ентузіасти-екстремали літають практично на всіх типах літаків і вертольотів. Починається вона з учбових польотів на тренажерах для підготовки пілотів компанії Luftgansa у Берліні. Потім «курсантам» надається можливість літати на літаках полегшеного типу. Кульмінацією програми є політ на легендарному «Юнкерсі». Таких літаків, що знаходяться в робочому стані, у всьому світі всього п'ять.

Великий попит у туристів мають польоти на радянській техніці, особливо військовій.

Північноамериканська компанія «Incredible Adventures», яка спеціалізується на екстремальних видах відпочинку, стверджує, що з початку 1990-х рр. їй вдалося покатати на реактивних літакат класу «МіГ», «Су» та інших понад 2000 осіб.

**Космотуризм**

На початку третього тисячоліття на планеті Земля з'явився принципово новий вид туризму – **подорожі в космос**. Правда, поки космічні польоти доступні тільки дуже заможним людям, які мають міцне здоров’я. У кінці 1999 р. створена компанія, яка називається «Атлас Аэроспейс». За значну суму вона готує туристів до польотів у космос: тренує їх і надає необхідні для подібних екстремальних подорожей знання. Днем народження космічного туризму вважається 28 квітня 2005 р., коли на кораблі «Союз ТМ-32» з Байконура стартував американський мільярдер Деніс Тіто. Наступного року на орбіті з десятиденним візитом побував другий турист – громадянин ЮАР Марк Шаттлверт.

Космотуризм на планеті розвивається стрімкими темпами. 21 червня 2004 р. у космос вперше відправився приватний американський субкосмічний пілотований корабель «SpacShipOne» (SS1), що зробив перший комерційний політ. Відразу після цієї події інтерес до космічного туризму значно виріс. Дорога в космос відкривається тепер не лише для професійних космонавтів і вчених, але і мільярдерам. Річ у тому, що політ на космічному кораблі «SpacShipOne» обійдеться набагато дешевше, всього в сотню тисяч доларів, а не в 20 млн, які зараз беруть з пасажира міжнародні космічні станції. Вартість польоту в космос, таким чином, приблизно дорівнюватиме вартості елітної автомашини. А це дозволить істотно розширити круг потенційних клієнтів.

Технічно політ на «SpacShipOne» виглядає таким чином. Реактивний літак-носій з романтичною назвою «Білий лицар» досягає висоти в 15 км. Після цього відбувається відділення SS1, який піднімається на висоту 101 км над Землею. Туристичний космічний корабель розрахований на трьох осіб: одного пілота і двох туристів.

«SpacShipOne» був спроектований і побудований командою американського конструктора і власника компанії «Scaled Composites LLC» Берта Рутана.

Космічний туризм – один з перспективнейших напрямів сфери розваг. За словами розробників систем комерційних космічних польотів, це дуже прибутковий бізнес. Заможні люди готові заплатити будь-які гроші за те, щоб випробувати що-небудь неймовірне і неповторне. У цьому плані з польотом в космосі мало що порівняється. Для менш заможних любителів космічних пригод центри підготовки космічних польотів пропонують найширший спектр послуг (наприклад, випробувати себе на відповідних тренажерах, випробувати почуття невагомості та ін.).

**6.1.5 Водний туризм**

Основою водного туризму є подорожі на різних плавальних засобах. Одними з найпоширеніших і простіших серед них є плоти. Нині вітчизняна і зарубіжна промисловість випускає плоти для різноманітних цілей (рятувальні, для розваги, полювання, рафтингу та інших цілей).

**Рафтинг**

Рафт є надувним човном-плотом для сплаву по річках. **Рафтинг** – це сплав по порожистих річках на надувних судах. Рафт є витягнутим в довжину, розрахованим відразу на декількох осіб овал. Тримаються за нього в основному ногами, просовуючи їх в спеціальні петлі, оскільки руки під час сплаву зайняті веслами.

Дуже важливе при рафтинговому сплаві злагоджене веслування, інакше човен швидка течія крутитиме навколо своєї осі.

Рафтинг набув широкого поширення практично усюди, де є можливість сплаву по річках. Першість світу з рафтингу проходить на африканській річці Замбезі, небагато нижче за течією від знаменитого водоспаду Вікторія.

Професійний рафтинг пред'являє особливі вимоги до віку – не молодше 18 і не старше 50-60 років, потрібне міцне здоров'я. Для туристів більш юного або старшого віку краще вибрати піший або кінний похід по берегах тих же річок.

Слід зазначити, що рафтинг відрізняється від спортивного сплаву по річках. Спортивний сплав передбачає подолання суттєвих водних порогів підготовленими спортсменами. Саме цей вид спортивного туризму найбільш близький до екстремального. Рафтинг являє собою більшою мірою активну спортивну розвагу, в якій приймають участь не завжди підготовлені гребці.

Як рафтинг, так спортивний сплав в України також набувають все більшої популярності у Карпатах на річках Черемош та Буг.

**Подорожі на грібних і вітрильних судах**

Окрім рафтів, у водних подорожах використовуються й інші плавальні засоби, як старовинні, так і суперсучасні – байдаркові тури, каякінг, катамарани, вітрильні судна та ін.

Великою популярністю користуються плоти, різні човни, боти та інші судна, національні або відтворені за старовинними зразками.

Піонером цієї області, без сумніву, є великий мандрівник Тур Хейердал. Його плавання на знаменитих плотах «Кон-Тікі», «Ра», «Тигріс» поклали початок цілому напряму в екстремальному туризмі – подоланню морів і океанів самостійно або дуже невеликими групами на дуже невеликих і крихких грібних судах.

Першу подорож знаменитий норвезький дослідник зробив разом з п'ятьма товаришами в далекому 1947 р. Маршрут відважної групи пролягав від берегів Перу до островів Полінезії. За винятковою рішучістю і вмінню учасників експедиції, з використанням мінімального матеріального обладнання, це небезпечне морське плавання через Тихий океан, є однією з найсміливіших і видатніших експедицій XX століття.

На простому плоту з дев'яти колод, скріплених вірьовками із стебел рослин, з найпростішим прямим вітрилом, дослідники пройшли близько 4300 морських миль від берегів Південної Америки до островів Полінезії. Вони пропливли на своєму зовсім невеликому плоту відстань удвічі більшу, ніж Христофор Колумб під час своєї першої подорожі до островів Вест-Індії, яке він зробив на добре оснащених морехідних кораблях, хоча і невеликих за розміром.

Звичайно, серед морських мандрівників є велика кількість любителів адреналіну, проте велика частина таких експедицій переслідує цілком конкретні наукові і практичні цілі. Такі подорожі приносять багато корисної інформації – з судів передаються повідомлення про погоду, про стан океану, спостереження за тваринним світом, відомості про забрудненість поверхневих вод та ін. Адже далеко не усе видно з високих бортів величезних лайнерів, що борознять моря і океани. Таким чином, екстремальний водний туризм безпосередньо пов'язаний з екологічним.

Багато активних туристів віддають перевагу плаванням на невеликих судах фешенебельним круїзам на величезних океанських кораблях. В цьому випадку вони можуть знайомитися з водним світом не з величезної висоти і здалека, а в безпосередній близькості від нього.

Деякі ентузіасти не задовольняються стандартними сучасними судами, які їм пропонують численні фірми, що спеціалізуються на морських подорожах. Багато хто з них, об'єднуючись в колективи, компанії, асоціації і клуби, відтворюють по старовинних технологіях конструкції багатьох давніх і середньовічних судів, починаючи від найпростіших плотів і човнів і закінчуючи шхунами і каравелами.

Сучасний турист не лише готовий сплатити пристойну суму за проживання в індіанському вігвамі або ескімоському іглу, покуштувати національну кухню, познайомитися із звичаями традиційних товариств, він бажає також покататися на індіанському каное або ескімоському каяку, а заразом і спробувати половити рибу або пополювати місцевими способами. Сьогодні каное – дуже популярний як в Америці, так і в Європі грібний човен. Він використовується в спортивних змаганнях і для подорожей і розваг, полювання і сплаву по бурхливих річках.

Кількість веслярів на каное залежить від розмірів човна і кількості пасажирів і вантажу.

**Каноенінг** - вид подорожей по річках і озерах. До того ж **каное** – один з найзручніших човнів для перевезення пасажирів і розміщення на ній вантажу. Каное також дуже зручно для полювання і рибного лову, оскільки дуже легкий в управлінні і маневруванні і дуже стійкий, що дозволяє мисливцеві, що сидить в човні, або рибалці займати зручне положення.

**Каяк** - мисливський герметичний човен. Зазвичай він розрахований на одну людину. Але іноді каяки будуються з розрахунку на двох-трьох осіб. Каркас каяка виготовляється із спеціально обробленого дерева або кісток тварин, які зв'язуються ременями. Потім каркас обтягується шкірою оленя або морських тварин (моржа, тюленя, морського лева) і просочується жиром. Такий човен незамінний для плавання по холодних північних річках і узбережжях північних морів.

Окрім вищеназваних, сучасні туристи-водники залежно від регіону подорожують на реконструйованих британських човнах кораклах, древнеперсидских гуфах, амурських оморочках, байдарках, шлюпках і т. д. Окрім судів, що переміщаються за допомогою мускульної сили, дуже популярним засобом для подорожей завжди були і залишаються вітрильники. Круїзи на старовинних і традиційних вітрильних судах – один з видів туризму, що активно розвиваються, в США і Європі.

Нині багато фірм пропонують дуже своєрідний туристичний продукт – стажування юнгою на великих вітрильних судах. Таке стажування може бути одноденним або тривати до 12-16 діб. Вік охочих пройти таке стажування – від 15 років. Молоді до 25 років надається знижка.

Популярним напрямом водних подорожей є **яхтинг**. Залежно від розмірів і призначення яхти розділяються на перегонні, крейсерсько- перегонні, прогулочні і туристичні.

Останніми роками дуже популярним видом яхтинга стали перегони яхт різних класів. Пальма першості тут належить, звичайно, перегонам яхт суперкласу. Кілька років тому увага всього світу була привернута до найтривалішого за всю історію вітрильного спорту марафону, який тривав більше 10 місяців, – «Whitbread Round the Wored Rall». Довжина цього запливу перевищила 33 тисячі морських миль.

Подорожі на яхтах, а тим більше утримання цього дуже дорогого плавзасобу по кишені далеко не багатьом. Природно, людей, які віддіють перевагу подорожам по морях значно більше. В результаті останніми роками отримав розвиток самодіяльний вид туризму на **яхтах-катамаранах**. Такі яхти- катамарани є декількома надувними балонами, скріпленими між собою міцними алюмінієвими трубками. Таке судно набагато дешевше за традиційну яхту, проте воно і набагато небезпечніше в експлуатації. Проте, незважаючи на численні попередження, деякі екстремали вирушають на цих крихких конструкціях в ризиковані подорожі по Чорному і Азовському морях, озеру Байкал та інших, не самих безпечних водоймищах.

**Екзотичні плавзасоби**

Новим, дуже цікавим і оригінальним способом подорожей на воді є **вотескайшуз (waterskyshoes)**. Виявляється, на лижах можна переміщатися не лише по снігу. Порівняно недавно були винайдені «надувні черевики» – своєрідний незвичайний варіант водних лиж. Прообразом для їх створення послужили снігоступи. Незважаючи на їх досить забавний вигляд, на таких надувних лижах деяким сміливцям вдавалося проходити дуже великі відстані по воді, причому не лише по річках. Деякі мандрівники долали понад 5000 км по океанських хвилях.

З сучасних способів отримання гострих відчуттів на воді можна відмітити катання на аквабайках (гідроциклах або водних мотоциклах).

**Тури на підводних човнах**

Новим видом туристичних розваг, пов'язаних з екстримом, є тури **на підводних човнах**.

Якщо раніше занурення в батискафах і субмаринах були доступні лише вченим і військовим і проводилися виключно з метою досліджень або вдосконалення техніки, то останнім часом все більшого розвитку отримують підводні туристичні екскурсії.

До недавнього часу власне туристичних субмарин існувало небагато. Найчастіше їх пропонували туристам в оренду науково-дослідні лабораторії. Найвідомішими з підводний човнів є «Морська зірка» – підводний будинок, в якому на дні Червоного моря (на глибині 10 м) п'ять чоловік прожили місяць, вивчаючи риб і морські рослини.

Зовсім нещодавно в Голландії побудований підводний човен, спеціально призначений для туристичних занурень в тропічних морях. Він може опускатися на глибину до 300 м і залишатися під водою майже два тижні. Швидкість його руху – до 28 км на годину.

Далеко не кожен ризикне спуститися на глибину з аквалангом, та і не всім це дозволить здоров'я, а ось прокотитися на підводному човні, як знамениті герої Жюля Верна, познайомитися з живою природою морів і океанів в природному середовищі, оглянути уламки затонулих кораблів і затоплені частини древніх міст зможе багато хто.

Окрім підводних човнів, для знайомства з підводним світом зараз в багатьох туристичних центрах використовуються судна з прозорим дном.

**Катання по морських хвилях**

Катання по морських хвилях на самих різних пристосуваннях стає одним з найпопулярніших видів туризму, спорту і розваг. Прихильники швидкісного переміщення по воді налічують у своїх рядах десятки мільйонів чоловік у всьому світі.

**Дайвінг**

Підводне плавання (diving) – один з найскладнішіх і не безпечніших видів спорту і туризму. Незважаючи на це, а також дорожнечу спорядження, яке не кожному по кишені, рух драйверів розширюється з кожним роком як у нашій країні, так і за кордоном. Нині тільки в Європі любителів підводного плавання налічується понад 3 млн. осіб.

Проте, якщо в багатьох інших видах туризму можна обійтися без спеціального навчання і підготовки, в підводному плаванні це неприпустимо. Дайвінг-центри не допускають до занурення новачків, що не пройшли спеціального курсу навчання і що не мають спеціальної ліцензії.

У багатьох країнах створені центри підготовки водолазів-аматорів і центри організації підводного туризму.

Більшість центрів по підготовці і обслуговуванню любителів підводного плавання об'єднані в асоціації. Найбільшою з них є PADI (Professional Association of Diving Industrion), що має близько 200 підводних центрів в 175 країнах світу (кількість підводників з сертифікатами PADI близько 6 млн чоловік), CMAS (Confederation Mondile des Activites Subag Nation), SGL (Scubargo Education Association) та ін.

За деякими підрахунками підводним плаванням у світі захоплюються не менше 30 млн осіб.

Завданнями таких центрів є підготовка підводників-аматорів, розробка заходів по забезпеченню безпеки підводних подорожей, атестація і сертифікація членів підводних центрів, розробка карт і атласів підводних об'єктів.

Повний курс навчання початкуючого дайвера включає: навчання плаванню з дихальною трубкою, аквалангом спочатку в басейні, а потім на відкритій воді, підводне орієнтування, способи підводного плавання, орієнтування під водою за компасом і за допомогою підводних орієнтирів, плавання в умовах обмеженої видимості і вночі, пошук під водою предметів і підйом їх на поверхню, глибоководне занурення.

Одна з небезпек, пов'язаних з дайвінгом, – це можливість виникнення кесонної хвороби. Тому необхідно ретельно стежити за глибиною занурення, часом знаходження під водою і швидкістю підйому на поверхню. Не рекомендуються багатократні занурення під воду в один день і багатоденні занурення без перерви.

Певною небезпекою є морські течії при відкритій береговій лінії, а також прибійні хвилі поблизу скель і рифів.

Крім того, небезпека для туристів, що займаються підводним плаванням, представляють деякі морські мешканці (отруйні медузи, їжаки, морські зірки, молюски, морські змії, риби, а в деяких місцях також морські хижаки, наприклад, акули).

Особливо велика увага приділяється підводному плаванню в скандинавських країнах: Швеції, Фінляндії і Норвегії. Так, в Швеції є понад 300 центрів підготовки туристів-підводників, у Фінляндії – близько 60.

Підводне плавання включає різні напрями. Найбільш популярною з них є підводна археологія (пошук і дослідження затонулих об'єктів – міст, кораблів). Більше половини учасників підводних центрів займаються підводним плаванням з метою пошуку і обстеження загиблих судів, частина з них бере участь в шуканні скарбів.

Великого поширення підводна археологія набула в прибережних морських районах, де є затонулі частини античних або середньовічних міст. Різні експедиції, пов'язані з глибоководним зануренням, працюють і на річках і озерах (наприклад, на Дніпрі, в районі острова Хортиця, у високогірних священних озерах на колишній території імперій інків і майя і т. д.).

Іншим напрямом підводного плавання є участь в наукових дослідженнях з метою вивчення підводного світу.

Дуже захоплюючим видом діяльності в дайвінгу є підводне видео і фотографування, як любительське, так і професійне.

Останнім часом набув поширення **підводний ритуальний туризм** – надання різних почестей і покладання вінків на місці затонулих судів і масової загибелі моряків в результаті катастроф або військових дій.

Одним з напрямів, що розвиваються, в дайвінг-туризмі є підводне плавання в північних морях.

У Кандалакшській затоці на Білому морі (одному з найбільш доступних з наших північних морів для дайверів) функціонує декілька сучасних дайвінг- центрів, оснащених сучасним підводним оснащенням, катерами, ботами і мо- торними човнами.

Як відрізнити в дайвінгу відпочинок від спорту, а спорт від екстриму? Бувалі підводники відповідають просто: «за кольором безодні». Якщо аквалангіст опустився на глибину, де вода має блакитне забарвлення, це відпочинок, приємний і відносно безпечний. Якщо колір води при подальшому зануренні змінився на синій, це вже спорт, а там, де починається чорна вода, це екстрим.

Самими екстремальними і небезпечними видами підводного плавання є **технодайвінг**, тобто глибоководні декомпресійні занурення на різних дихальних сумішах у відкритій воді, а також проникнення в підводні печери (підводна спелеологія) і на затонулі об'єкти.

Підводні дослідження в печерах вимагають не лише спеціального спорядження і підготовки, але і великої мужності. Існують дуже складні печери, до дна яких доводиться просуватися декілька діб, долаючи дуже складні перешкоди у вигляді глибоких колодязів і завалів. Проте прагнення побачити те, що доступно небагатьом, долає усе.

Для тих же, хто дуже хоче відчути себе дайвером, але через низку обставин (віку, стану здоров'я, характеру) не може занурюватися на великі глибини, туристичні центри, розташовані на морських курортах на острові Маврикій, започаткували такий вид розваг, як «снуба дайвінг». Це один з простих способів занурення під воду. На голову нирцеві одягається спеціальний шолом, в який через довгий шланг подається повітря, на талію надівається пояс з вантажем. Після цього дайверів занурюють на глибину 3 – 4 м біля рифів, куди підпливають підгодовані зграйки рибок, молюсків і дрібних морських тварин. Вік нирців практично не обмежений – від 7 до 77 років. «Снуба дайвінг» дуже популярний серед мам з малюками і літніх людей.

**6.1.6 Інші інноваційні напрями в туризмі Мілітірі-тури**

**Мілітірі-тури**

Мілітірі-тури можна також віднести до нових напрямів в культурно- пізнавальному туризмі, оскільки в такі тури входить знайомство з історією зброї, з історією військових перемог, з іменами героїв.

Мілітірі-тури включають відвідування музеїв воєнно-історичного профілю у поєднанні з інтерактивними програмами (стрільбою з бойової зброї на спеціальних полігонах), стрибки з парашутом, екскурсійні польоти на повітряній кулі та ін.

Існує декілька інтерактивних проектів. Наприклад, «Курська дуга» вклю- чає не лише відвідування місць боїв, але і поїздку на знаменитому радянському танку Т-34 по спеціальних трасах. Програма «Афганський вітер» включає поїздку на сучасному танку Т-72, що відзначився у боях в Афганістані, або на БМП, що увійшов до легенди.

Часто мілітірі-тури складаються тільки з відвідувань профільних тематичних музеїв або виставок. Нині в нашій країні є декілька подібних музеїв, що мають особливий попит у любителів військової історії.

Весною 2013 р. в с. Соколово Зміевського району Харківської області був відкритий музей бойового братерства.

У 1943 р. в цьому селі під час Великої Вітчизняної війни вперше вступили в бій проти німецько-фашистських військ чехословацькі добровольці першого окремого чехословацького батальйону під командуванням полковника Людвика Свободи. В ході битви було знищено близько 300 солдатів і офіцерів супротивника, 19 танків і 6 бронетранспортерів. Підпоручикові Отакару Ярошу першому з іноземних громадян було присвоєно звання Героя Радянського Союзу (посмертно). Ордени і медалі отримали й інші чехословацькі та радянські воїни, що билися з ними пліч-о-пліч проти німецьких загарбників.

**Хобі-тури**

Цей напрям включає і ділові подорожі з метою поспілкуватися з однодумцями і колегами, і автотури, і різні ролеві ігри, і спортивні подорожі для уболівальників найрізноманітніших видів спорту, і творчо-ремісничі тури з можливістю самостійно взяти участь у виготовленні яких-небудь виробів, і тури для любителів кавказьких вин, і подорожі для тих, хто захоплюється археологією або етнографією, і навіть дуже популярні сьогодні у всьому світі кулінарні тури з дегустацією улюблених або абсолютно нових блюд.

Ринок хобі-турів просто величезний і дуже непостійний. Особливість цього туристичного напряму в тому, що воно не має певного графіку проведення, є додатковим туристичним продуктом, що організовується в міжсезонні.

Крім того, хобі-тури – це безперечно нові форми індивідуального туризму, за яким велике майбутнє. Вони організовуються в основному по окремих замовленнях, а їх передбачається величезна кількість**.**

**Музеї нових профілів**

Включення в маршрути музеїв нових профілів і напрямів стало вже звичною справою для туроператорів, що займаються внутрішнім і в'їзним туризмом.

Державний музей авіації України (Жуляни) є досить молодим і, в той же час, найбільшим історико-технічним музеєм країни. Він був створений в 2003 році, увінчавши своїм відкриттям найбільшу дату – 100-річчя світової авіації. У натурних фондах музею представлені розробки практично усіх провідних авіаційних КБ радянського періоду – Туполєв, Яковлєв, Ільюшин, Антонов, Сухий, Микоян-Гуревич, Камов, Миль, Берієв, а також репліки початку ХХ століття. На багатьох представлених в музеї літаках основні системи досі зберегли працездатність. Зокрема, на таких машинах справно функціонує вся електроніка, а ще відносно нещодавно на них робилися запуски двигунів. Завдяки цьому не вщухає інтерес гостей до відвідування пілотських кабін літака Іл-62 і вертольота Мі – 8, адже посидіти за штурвалом може будь-який охочий. Особливий колорит відвідуванню музею надає близьке сусідство діючого аеропорту «Київ» (Жуляни), злітно-посадочна смуга якого проходить в 100 метрах за прозорою огорожею. Звідси зліт і посадка справляють на глядачів незабутнє враження. Музей ретро автомобілів «Фаетон», м. Запоріжжя (2008 р.) На площі близько 300 кв. м виставлено 22 зразки автомототехники 30-60-х років. Представлено також більше двох десятків зразків артилерійської і стрілецької зброї часів минулої війни. Плакати, розміщені на стінах передають дух минулого. Музей "Морські курйози" с. Штормове АР Крим Музей створений зусиллями сім'ї Лопакових з метою привертання уваги людей до проблем забруднення Чорного моря. Експонати музею – це підняті штормами з дна моря і викинуті на берег корчі, пляшки, взуття, іграшки та інші предмети. Обростаючи молюсками, водоростями, вони перетворяться в нові, дивні, фантастичні істоти. Музей працює з червня 2006 року, і вже отримав хороші відгуки.

**6.2 Система клубного відпочинку таймшер**

**Timeshare** в перекладі з англійської означає «розділення часу», тобто розподіл між багатьма людьми часу використання якогось майна – в даному випадку, апартаментів.

**Таймшеp (timeshare)** придумали в 60-х роках в Європі як спосіб продавати готельні номери. Принцип таймшера, як операції, з нерухомістю винайдений європейцями, як вже було сказано, але тільки американці з властивим їм прагматизмом підняли його на нинішній рівень. Суть його в тому, що купується нерухомість не цілком, а конкретні клубні тижні, певної пори року, як правило, в довічне користування. Це дозволяє заощадити на загальній ціні, а також знизити витрати на утримання нерухомості і податкові платежі.

Ідея така: власник купує у власність на курорті апартаменти, і володіє ними від одного до 51-го тижня в році. Він отримує право обміняти ці тижні відпочинку на інші в будь-якому кінці світу. І все це за досить низькою вартістю в порівнянні з вартістю нерухомості на тому ж курорті. Власник сплачує всього декілька тисяч доларів за право довічного, успадковного володіння апартаментами. До того ж власність можна у будь-який момент продати, обміняти, здати в оренду, заповідати. Якщо володар таймшеpу не бажає, він може не відпочивати щорічно в одному і тому ж місці. Власники готелів організували обмін відпочинком для своїх клієнтів. У світі існує дві компанії, що допомагають власникам таймшеpа помінятися місцями відпочинку один з одним.

У Європі найвідоміша компанія RCI, в яку залучено близько трьох тисяч клубів в більш ніж 85-тьох країнах світу. У всьому світі мільйони людей стають «власниками тижнів відпочинку». Таймшеpи в системі RCI підрозділяються на декілька категорій залежно від пори року і мають три кольори: «червоний» (розпал сезону), «білий» (міжсезоння) і «синій» (найменш популярна пора року для відпочинку). Зрозуміло, що «червоний» тиждень – найбільш дорогий і вигідний при обміні. За якістю обслуговування курорти діляться на стандартні «міжнародної категорії» і так звані «золотої корони» . До системи обміну відпочинком RCI підключено більше 3000 курортів по всьому світу. Послугами щорічно користуються приблизно 6 млн. осіб. У країнах, в яких стрімко розвивається клубний відпочинок, таймшерна діяльність регламентується. Перший законодавчий акт із цього приводу був підписаний королевою Єлизаветою II 16 березня 1992 р. За Великобританією послідували США, Франція, Німеччина та інші законослухняні держави. Таймшер в зарубіжних країнах – категорія правова. На великий жаль, на сьогоднішній день таймшер немає розповсюдження в Україні і законодавчо не регламентується.

**Таймшер - клубний відпочинок**

**Клубний відпочинок** – одна з можливостей туристичного дозвілля, що є проживанням в готелях клубного типу або готелях об'єднаних в клубну систему. Одна з основних систем такого типу – RCI (Resort Condominiums International) – система обміну апартаментів для відпочинку категорії таймшер. Разом з RCI існує також Interval International (II), яка свого найбільшого поширення набула в США.

Політику клубу визначає спостережливий комітет, який обирається на щорічних загальних зборах, на яких також обговорюються і затверджуються річні фінансові і аудиторські звіти.

Якісний відпочинок, навіть в самому кращому клубі, з часом може набриднути, для того, щоб цього не відбувалося, і була створена система обміну клубними тижнями. Спеціальна комісія перевіряє відповідність клубу, певним нормам. Якщо клуб входить в систему обміну, то для того, щоб здійснити обмін, необхідно зв'язатися з найближчим офісом цього клубу. Окрім володіння клубним тижнем, необхідно мати і персональне членство в клубі.

На даний момент, середня вартість членства в середньому у західно - європейскому клубі складає:

− 5 років ≈ 825$;

− 3 року ≈ 495$;

− 1 рік ≈ 150$.

Обмінний потенціал тижня складається з декількох чинників, одним з головних з яких є сезонність:

**червоний сезон** – високий (кращий) сезон;

**білий сезон** – міжсезоння;

**синій** – найменш цінний сезон.

Вартість обміну залежить також від того, який це обмін – внутрішньоконтинентальний або міжконтинентальний. Є ще дуже важливий чинник , але він не особливо афішується, чинник «якості» курорту, це свого роду градація курортів, що нагадує загальноприйняту «зоряну» класифікацію. Бувають клуби «стандартні», «міжнародної категорії» і «золотої корони». Ці категорії не є постійними. Клуби дуже дорожать цим званням і з гордістю вивішують сертифікати «золотої корони» на найвидніших місцях.

Важливим чинником є загальна площа апартаментів і час знаходження тижня. Жителі стабільних країн планують свій відпочинок на роки і тому мають можливість підняти обмінний рейтинг своїх тижнів. Не обтяжені проблемами віз і авіарейсів, вони мають можливість здійснювати пізні обміни, при яких, маючи не самий кращий тиждень, отримують натомість більш привабливий, від якого хтось відмовився в останню мить.

Плюси клубних систем оцінили і великі готельні компанії – Marriott, Hilton, Hyatt, Radisson.

**Відмінність відпочинку в клубній системі від відпочинку в готелі**

По-перше, в клубній системі член клубу почуває себе як в дуже хорошому затишному будинку: усе необхідне для життя – кухня з усім приладдям, праска, прасувальна дошка, телевізор, холодильник, пральна машина, телефон, камін і т. д.

З цього пункту витікає можливість дуже сильно заощадити на витрати, пов'язані з харчуванням. Член клубу купує у великому супермаркеті раз чи два в тиждень напівфабрикати, соки, воду, вино. Поміщаєте це все в холодильник. Залишається тільки підігріти. При цьому не втрачає можливості відвідати ресторан, бари, скористатися послугами шведського столу.

Членові клубу не потрібно переривати своїх планів, щоб потрапити в строго відведений інтервал часу на сніданок, обід і вечерю. До того ж в готелях часто заборонено приносити з собою воду і їжу в номер, оскільки вода в готелі дорога і є одним з джерел доходу.

По-друге, якщо, приміром, член клубу має двоспальні апартаменти, то він має право оселитися в них зі своїми друзями. У каталозі RCI вказане в пункті про проживання дві цифри, наприклад 6/4. Перша цифра означає максимальну кількість проживаючих, друга – комфортне проживання.

У третіх, одним з достоїнств системи було те, що, одного разу вклавши гроші, люди дістали можливість щорічно міняти місце відпочинку. Система чудово зарекомендувала себе і навіть стала деяким символом розумного і ефективного вкладення коштів. Вартість апартаментів постійно росте. Член клубу може здавати в оренду свої тижні (~ 1000$), а самі відпочиватимете по бонусним тижнях (~ 400$). За один тиждень на Канарських островах можна отримати два тижні в Америці.

У четвертих, це довічно і передається у спадок. Одного дня вклавши гроші, член клубу і його діти користуватимуться цим назавжди.

У п'ятих, існують система знижок на авіа переліт.

Основні переваги Таймшера:

До основних переваг клубного відпочинку можна віднести:

- високий рівень проживання і обслуговування;

- можливість переносити тижні своєї відпустки на наступні роки і таким− чином збільшувати період відпочинку;

* можливість передати за узгоджену суму свої тижні в тимчасове користування (оренду) маркетинговим компаніям;
* можливість подарувати свої тижні або передати у спадок;
* можливість продати свої тижні в майбутньому;
* це прекрасний спосіб для підприємств і організацій розв'язати проблему придбання і утримання курорту для своїх співробітників і їх сімей;
* це найбільш економічний спосіб проведення своєї відпустки при забезпеченні більш високого рівня комфорту і обслуговування у порівнянні з традиційними видами відпочинку.

Серед плюсів клубного відпочинку можна відмітити його особливу перевагу для сімейного і молодіжного відпочинку, наявність укомплектованої кухні і відсутність необхідності підлаштовувати свій розпорядок під розклад харчування в звичайних готелях.

Незалежні дослідження показують, що більше 85% власників таймшерів задоволені своїм придбанням. Власник тижнів проводить свій відпочинок не в готельному номері, а в елегантному апартаменті або котеджі з усіма зручностями. І найпривабливіша частина системи відпочинку – це величезний вибір рівноцінних курортів: більше 3000 клубів в більш ніж 80 країнах світу. Традиційні англійські садиби, романтичні французькі шато, криті пальмовими гілками по-лінезійські бунгало, що нависають над крутими альпійськими спусками котеджі, будиночки Андалузії біля теплих середземноморських берегів. **Таймшер** – це довгострокове і перспективне вкладення капіталу.

Основні недоліки Таймшера

Найістотнішим недоліком такої системи є великі первинні вкладення. До того ж відсутність законодавчої бази на такий вид туризму, як таймшеp, істотно збільшує ризик бути обдуреним.

**6.3** **Аналіз тенденцій розвитку ринку світового медичного туризму**

Ринок медичного і оздоровчого туризму нестримно набирає оберти у всьому світі. Згідно з результатами дослідження Асоціації індійських промисловців: в 2004 році світовий обсяг прибутку від медичних подорожей був $40 мільярдів, а до 2014 року він складатиме вже $150 мільярдів. Причин цьому 87 декілька: стрімке старіння людства, висока смертність у ряді регіонів світу, несприятлива екологія, кліматичні зміни, збільшення кількості онкологічних і серцево-судинних захворювань.

Усе це призводить до того, що замість простого відпочинку і подорожей люди все частіше вибирають **медичний і оздоровчий туризм (МОТ)** з метою поправити своє здоров'я, пройти курс реабілітації після операції та ін.

Медичний туризм представляє певний інтерес і для готелів. Готелі, на думку експертів, є ключовими партнерами в цьому напрямі туризму. Не усі пацієнти клінік, що приїжджають на лікування, є стаціонарними хворими, багато хто приїжджає для діагностики, амбулаторного лікування і у такому разі їм потрібно проживання в готелях. З хворими, як правило, приїжджають супроводжуючі їх родичі, які також проживають в готелях. Крім того, у світі усе більш набирає силу напрям оздоровчого туризму, коли готелі пропонують своїм відвідувачам СПА, лікувальні комплекси, а деякі клініки будують на своїй території готелі, таким чином, створюючи єдині оздоровчі комплекси.

В Україні багато природних ресурсів, різні кліматичні умови, ще збереглися екологічно чисті місця, тому фахівці говорять про великі можливості в майбутньому для в'їзного медичного і оздоровчого туризму.

Аналіз світового ринку МОТ

На сьогодні у світі по темпах зростання пацієнтів з-за кордону лідирують наступні країни: Індія, Сінгапур, Філіппіни, Малайзія, Таїланд. Прибутки цієї п'ятірки країн від медичного туризму складають 13 % від загального ринку туризму у світі. Причинами лідерства азіатського регіону є два чинники – ціна і можливість поєднати лікування з відпочинком в теплому кліматі. У Сінгапурі і Таїланді витрати на операції складають 30 % від такого ж лікування в США і Європі. У Індії – 20 %, в Малайзії – 25 %. Жителі країн СНД найчастіше їдуть лікуватися в Німеччину, Ізраїль, Швейцарію. У цих країнах дуже високі стандарти лікування і обслуговування пацієнтів, але і ціни вищі за азіатські. Якісне, але дешевше лікування надає Туреччина. У останні роки на цьому ринку з'явилися і нові країни – Йорданія, яка почала вкладати великі кошти в придбання новітнього медичного обладнання, а також Іран, який є одним їх світових лідерів по пересадці тканин і органів, а також пластичній хірургії.

Багато країн обирають певну спеціалізацію:

- у Туреччині серйозна генна діагностика і успішно лікують онкологічних−хворих;

- в Ізраїлі – потужна кардіологічна база і добре лікують безпліддя;

- на Кіпрі займаються імплантацією волосся; у Таїланді роблять операції по зміні полу;

- в Індії операція на серці коштуватиме біля всього $ 10 тисяч, при цьому, відсоток летальних результатів після таких операцій у індійських кардіологів нижче, ніж в Америці і Європі.

Певні успіхи у медицині має і Україна. 17 листопада 2011 р. українські лікарі першими у світі використали пуповинну кров для операцій на серці новонародженого; також істотні досягнення вітчизняних фахівців у сфері репродуктології. На сьогоднішній день ці досягнення привертають в нашу країну пацієнтів з Росії та інших країн близького зарубіжжя, проте потенціал України у цій сфері діяльності практично не відомий за кордоном.

Варто відмітити грамотну взаємодію медичних клінік і страхових компаній з готелями. Гнучка система знижок, низька вартість проживання на місцевих курортах азіатських країн дозволяють пацієнтам поєднувати відпочинок з лікувальними програмами. Правильно працює у напрямі медичного туризму Туреччина, яка має намір збільшити на 16 % свою долю на світовому ринку. Турецькі клініки укладають договори з готелями і авіакомпаніями на зниження тарифів для медичних туристів. Наприклад, переліт для таких туристів із США в Туреччину на 25 % дешевше, з інших країн – на 20 %, в економ-класі – на 10 %. Серйозні знижки надаються медичним туристам і в турецьких готелях.

Згідно з результатами досліджень американської консалтингової компанії Deloitte, кількість медичних туристів зростає з кожним роком, і ця тенденція важлива для усіх світових гравців, у тому числі і для України, яка приваблива з точки зору лікування і відпочинку в тих місцях, де чиста і красива природа.

Deloitte провела класифікацію медичних туристів : це 51,1 % чоловіків і 41,9 % жінок, у віці від 20 до 40 років. Тих, кому від 40 до 60 років – 36 %, та- кож хотіли б поїхати полікуватися в іншу країну. І тільки 29,1 % людей старше 60 готові для медичних подорожей. Велика частина медичних туристів – жителі азіатських, а також іспаноязичних країн, у яких немає особистої медичної страховки.

У останні декілька років до них додалися туристи з пострадянського простору.

За підрахунками експертів компанії Deloitte, країни, які готові приймати у себе таких медичних туристів і при цьому проводити політику вигідних цін, можуть розраховувати на прибуток від МОТ у розмірі $20 мільярдів на рік. У Європі – сильна державна система охорони здоров'я, тому виїхати на лікування в іншу країну готові тільки 4 європейці зі 100, в основному ті, хто хворий на рідкісні захворювання, або розраховують знайти спеціалізовані центри з передовою медичною технікою. У Європі найбільш популярний міжрегіональний медичний туризм.

Багато медичних клінік світу тепер пропонують пацієнтам не лише лікування, а цілий лікувальний пакет, за вигідними цінами, в який входить: лікування в клініці, реабілітація після курсу лікування; проживання хворого і супроводжуючих членів сім'ї безпосередньо в клініці, або в готелі, що належить клиниці, або в готелі, з яким укладений договір; авіапереліт туди і назад, трансфер, послуги перекладача, офіс по туризму. Навіть з'явився новий термін – медичний тур All inclusive. З такими турами естетичної хірургії нещодавно з'явилася на світовому ринку Південна Корея. Уряд країни навіть прийняв рішення про будівництво на острові Чеджу великого оздоровчого центру, в який входять клініка, 18 полів для гольфу, пляжі, апартаменти класу люкс, для проживання в них іноземних пацієнтів після операцій або під час лікування. Як бачимо, медичні клініки, і оздоровчі центри в чомусь стають конкурентами готелів.

За підрахунками експертів, у 2015 року медичний туризм у світі склав до 15 млн. осіб. Це величезний туристський потік, який клініки, санаторії, авіаперевізники, готелі, туроператори повинні враховувати. Тому доцільно розібратися в термінології.

**Медичний туризм** – це поняття включає лікування в клініці іншого регіону або іншої країни, сюди ж входять косметологія, стоматологія, лікування безпліддя і випадкові медичні туристи, тобто ті, хто захворів під час подорожі.

**Оздоровчий туризм** – це подорож з метою поліпшення здоров'я на курорті або в санаторії, або в центрі зниження ваги, сюди також входять СПА, велнес-центри, аюрведа.

Туристів, подорожуючих з медичними цілями, можна розділити на наступні групи, яких цікавлять,:

* якісне лікування;
* анонімне лікування;
* лікування рідкісних захворювань;
* фертильний туризм (ЕКО, донорство яйцеклітин і сперми, сурогатне материнство);
* лікування стовбуровими клітинами (одним з лідерів є Україна); трансплантологія;
* бажання поєднати лікування з відпочинком, екскурсіями, шопінгом.

МОТ це не лише питання медицини, тут дуже важливі: логістика, трансфер, питання розміщення в готелях, страховка, правові питання, візова підтримка. Має значення достовірна інформація про клініки і про представлення усіх послуг; 1 /4 усіх скарг надходить на відсутність достовірної інформації.

Потенційні споживачі санаторно-курортних послуг, курортів,СПА:більше 50 % – жінки старше 45 років, 8 % обирають санаторій за рекомендацією лікарів, 32 % обирають курорт, керуючись медичною проблемою.

Зарубіжний досвід організації медичних турів

У Сінгапурі медичні клініки працюють через медичні агентства так само, як готелі продають послуги через турагентства. Готелі можуть стати повноцінними партнерами медичних клінік. Наприклад, в Сінгапур у 2008 році приїжджало, для медичного лікування 640 тисяч туристів. Переваги цього регіону, що притягає медичних туристів, – високі технології і високі стандарти якості 90 послуг, доброзичливе відношення персоналу, комплексний підхід, суворі вимоги до гігієни, правове забезпечення, прозорість послуг, коли на сайтах клінік написані усі ціни лікування і проживання. Сінгапур вибирають не лише через якість лікування, але через розвинену інфраструктуру, коли для пацієнтів підбираються хороші готелі, великий вибір додаткових послуг. Більшість медичних клінік Сінгапуру є учасниками холдингів, в яких, окрім клінік, входять готелі, транспортні і туристичні агентства, центри обслуговування пацієнтів, які і дають рекомендації по вибору тієї або іншої клініки і надають допомогу медич- ним туристам в організації поїздки в Сінгапур. З такими холдингами співробіт- ничають самі різні готелі, починаючи від Grand Hyatt, Hilton, Shangri – La і закінчуючи бутик-готелями і недорогими готелями. Багато готелів знаходяться поряд з найбільшими медичними центрами, такими, як Gleneagles, Raffles, Carnden.

Ізраїль – країна-лідер по прийому медичних туристів з країн пострадянського простору. Рівень ізраїльської медицини – один з найкращих у світі. Але це не єдиний чинник залучення такої кількості медичних туристів. Впливає також і туристичний сервіс високого рівня, те, що хворі люди можуть замовити для себе і членів сім'ї готелі самого різного рівня за прийнятною ціною. Лікарень в Ізраїлі багато, вони конкурують між собою і борються за пацієнтів. Тому, для них прагнуть надати максимально високу якість готельних, в тому числі й додаткових послуг, скрізь є персонал, що володіє російською мовою, або перекладачі. Наприклад, Rabin Medical Center – це одна з провідних клінік по операціях на серці і великий центр по пересадці легенів. Поруч знаходиться готель, уранці пацієнти приходять на лікування і увечері йдуть назад до готелю. В готелі є велнес-центр, центр йоги, салон краси. Ідея полягає в тому, щоб доки пацієнти на лікуванні, супроводжуючим їх членам сім'ї було чим зайнятися в готелі.

У Швейцарії практикується комплексний підхід до медичних туристів, що включає високу якість послуг, досягнення на основі новітніх наукових розробок, професійний підхід, інновації, багаті традиції, якісне навчання персоналу. У цій країні законодавчо закріплено дотримання найвищих стандартів якості надання медичних послуг, однакових в усіх клініках. Медичні центри Швейцарії допомагають туристам, подорожуючим з медичними цілями, отримати візову підтримку і розміщенням в готелях. Підбираються ті готелі, які знаходяться недалеко від клінік, укладають з ними договори про співпрацю. Пацієнти і супроводжуючі члени їх сімей, що приїжджають до Швейцарії на лікування, мають бути упевнені, що вони отримають в готелях найвищу якість обслуговування і ряд додаткових послуг.

У Швейцарії 60 % державних госпіталів і 40 % приватних клінік. Навіть базове страхове забезпечення дозволяє звернутися пацієнтові в приватну клініку. Лікування в державних і приватних клініках проводиться за однаковими стандартами, але в приватній клініці пацієнт має право обрати лікаря і готель певного рівня для проживання. Крім того, в приватних клініках більше обслуговуючого персоналу і вільний прийом іноземних пацієнтів. Наприклад, Clinique De Genolier – новий готель медичного типу, в якому 63 апартаменти об’єднані з медичною клінікою спеціальним переходом. У готелі можуть проживати, як самі пацієнти, так і супроводжуючі їх особи; у готелі є СПА, додаткові послуги, персонал говорить на різних мовах. У Valmont Clinique – також, окрім медичного корпусу, є готель і ресторан. У практиці діяльності прийнято з готелями, страховими компаніями і туроператорами укладати одну угоду на всі клініки мережі.

Для успішного розвитку медичного туризму необхідно дотримувати певні етичні принципи. Якість медичного туризму залежить не лише від лікування, а на 95 % від загального комплексу послуг, що надаються. Люди шукають не лише медичне обслуговування, але і додаткові послуги, комфортне розміщення, кліматичні умови, висококваліфікований підхід. Усі потреби клієнта повинні задовольнятися, а для цього потрібно спочатку надавати правильну інформацію. Не повинно бути так, що клієнт орієнтується на одну ціну, а приїхавши на лікування, ціна виявляється іншою. Ще треба ставити питання, а що буде з пацієнтом, коли він від'їжджає назад і як поступити, якщо щось піде не так. Якщо пацієнтам даються обіцянки, їх треба виконати, дуже важливо дотримувати медичну етику. Наступний момент, на який необхідно звернути увагу, – забезпечення якості надання медичних і додаткових послуг, а це можна підтвердити аудитом.

Інформація, що надається пацієнту, має бути повною, чіткою, достовірною, відповідальною, з певним лімітом на інформацію (наприклад, смертельно хворим людям); на тій мові, яку пацієнт розуміє,: відповідати тій ситуації, в якій пацієнт знаходиться. Має бути продуманий увесь ланцюжок надання послуг пацієнтам. Необхідно зробити так, щоб усі очікування пацієнта були б виконані.

**ТЕМА 7.**

**ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

7.1 Інтелектуальний продукт як власність

7.2 Інтелектуальна власність як товар

7.3 Використання прав на інтелектуальну власність в сфері туризму

7.4 Охорона і захист інтелектуальної власності

7.4.1 Способи охорони і захисту інтелектуальної власності

7.4.2 Міжнародні угоди про охорону інтелектуальної власності

**7.1** **Інтелектуальний продукт як власність**

Інтелектуальний продукт, створений в результаті творчих зусиль окремої особи або колективу, складає основу **інтелектуальної власності**. Він може мати різні форми: відкриття і винаходи, зразки нової продукції і техніки, нові технологій, науково-виробничі, консалтингові, економіко-фінансові, управлінські, маркетингові послуги, а також різні види літературно-художньої творчості.

Зміст поняття інтелектуальної власності викладений в конвенції Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ): «**Інтелектуальна власність** включає права, що відносяться до літературних, художніх і наукових творів; виконавської діяльності артистів, звукозапису, радіо і телепередач; винаходів в усіх областях людської діяльності; наукових відкриттів; промислових зразків; товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових найменувань і комерційних позначень; захисту проти недобросовісної конкуренції, а також інших прав, що відносяться до інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній областях».

Роль інтелектуальної власності в економічному розвитку неможливо переоцінити. Це – **головний ресурс** усіх держав, оскільки в третьому тисячолітті головним стимулом розвитку економіки будуть не природні ресурси, а результати інтелектуальної діяльності.

У основі системи інтелектуальної власності в Україні лежать законодавчі норми, що регулюють питання творчої діяльності, її результати, їх комерційного використання і правової охорони. Окрім законодавства, єдність системи інтелектуальної власності забезпечується органами державної влади, які організовують її функціонування, правову охорону і боротьбу з порушеннями.

В Україні до правової охорони представляється менше 10 % створюваних результатів. Інший аспект захисту розробок вітчизняних фахівців – їх зарубіжне патентування. Часто результати вітчизняних учених у вигляді продукції зарубіжних фірм починають поставлятися з-за кордону в Україну, де вони і створені. В Україні відсутня правова база, яка присікала б подібного роду діяльність. Якщо американський винахідник подасть заявку на винахід за кордон, а не в США, то він згідно із законом несе карну відповідальність – два роки тюремного ув'язнення і (чи) штраф у розмірі 10 тис. дол. США.

Доля нематеріальних активів (а саме вони характеризують інтелектуальну власність), вказана в офіційних звітах переважної більшості українських підприємств і компаній, складає соті долі відсотка. Це викликано встановленим порядком оподаткування і тим, що ніде не врахована інтелектуальна власність дозволяє занижувати розмір винагороди за неї. У провідних зарубіжних фірм доля інтелектуальної власності складає дві третини, а іноді і більше за активи.

**Інтелектуальна власність** – це відношення володіння, користування, розпорядження ідеальними об'єктами, вираженими в будь-яких об'єктивних формах, що втілюють науково-технічну, літературну та іншу творчість індивідуальних або колективних суб'єктів. Інтелектуальна власність є результатом творіння людського розуму, інтелекту, межі якого безмірно великі, можливості невичерпні, а зміни настільки динамічні, що упродовж декількох років виникають нові види інтелектуальної власності, міняються її структура і функції.

Усі об'єкти інтелектуальної власності – результати або прояви розумової діяльності. У багатьох випадках ці продукти є прямим і безпосереднім проявом людського таланту в галузі науки, техніки, літератури, мистецтва.

Як і інші продукти людської праці, результати інтелектуальної діяльності мають вартісні оцінки. Вони можуть бути включені в товарообіг на комерційній основі, давати корисний економічний, соціальний та інший ефект, задовольняти особисті і громадські потреби. Суб'єкт власності здійснює привласнення, володіння, користування і розпорядження продуктами інтелектуальної діяльності своєю владою і у своїх інтересах, без сприяння третіх осіб.

Продукти інтелектуальної діяльності виступають носіями певної інформації нематеріального характеру, яка може бути залучена в науково-технічний або комерційний обіг як продукт тільки за умов втілення в документальну форму.

Більшість продуктів інтелектуальної власності як результат творчої праці мають авторів. Товарні знаки та інші позначення індивідуалізують суб'єкти і 93 продукти звичайної праці (товари, послуги).

Інтелектуальні продукти не відносяться до «споживаних речей», які з часом морально і фізично зношуються.

Результатами інтелектуальної діяльності може одночасно користуватися необмежене коло осіб – не лише власники, але і, після купівлі відповідної ліцензії, будь-які суб'єкти, а у випадках, передбачених законом, використання може здійснюватися окрім волі власника інтелектуального продукту.

Між об'єктами інтелектуальної власності існує системний зв'язок. На кожному етапі наукового і технічного прогресу формуються і розвиваються нові інтелектуальні продукти, які певною мірою залежать від попередніх.

Об'єктами інтелектуальної власності є документально підтверджені права на результати інтелектуальної діяльності на інтелектуальний продукт. Об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) діляться на:

- об'єкти авторського права (твори науки, літератури і мистецтва);

- об'єкти суміжних прав (виконання, фонограми і передачі ефірного і кабельного мовлення);

- об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі та промислові зразки, фірмові найменування, товарні знаки, позначення місць похо- дження товарів);

- об'єкти наукової і науково-технічної сфери (типології інтегральних мік росхем, селекційні досягнення, відкриття та ін.).

**7.2 Інтелектуальна власність як товар**

У розвинених країнах інтелектуальна власність стає пріоритетом і нерідко складає більше 50 % в загальному обсязі сукупного національного продукту. Як різновид власності (державної, приватної, колективної, акціонерної) вона є об'єктом ринкових стосунків, має вартісні оцінки, може бути предметом контрактів і договорів, передачі прав, включається в товарообіг на комерційних началах.

Технологічно застосовні у виробництві знання набули властивостей самостійного товару значно пізніше, ніж речові продукти праці. Це стало можливим після розробки прав власності на науково-технічні досягнення, за допомогою яких встановлювався порядок дотримання приватних інтересів винахідників і творців нової техніки і використання цих досягнень для вдосконалення продуктивних сил суспільства. Першим правовим документом, що заклав основу товарних стосунків, з'явився патент.

**Патент** (patents – відкритий, явний) – свідоцтво, що видається винахід- никові і засвідчує його авторство, виняткове право на винахід і монопольне право на його використання. Термін дії патенту зазвичай обмежується 10 – 20 роками. За здійснення юридично значущих дій, пов’язаних з патентом, стягу- ються патентні мита.

Першим у світі патентом, який був виданий в 1421 р. міською управою Флоренції на ім'я архітектора, скульптора і вченого Филиппе Брунеллескі, захищався винахід корабельного поворотного крану.

Пізніше держави стали ухвалювати закони, що захищали права володарів патентів і реєструвати товарні знаки. Патентні закони були ухвалені в США (1787), у Франції (1791), в Росії (1812), а реєстрація товарних знаків почалася з 1875 р. у Великобританії.

Розвиток науки, орієнтованої на практичні потреби, також став важливим чинником появи товарних стосунків у сфері технологій. Перетворення дослідницької праці на найомну, потреба багатократного використання провідних технологій на великій кількості підприємств призвели до поширення такої форми передачі технологій, як ліцензія.

**Ліцензія** – цей дозвіл, що видається на певний час і за плату власником технології (ліцензіаром), захищеної або не захищеної патентом, зацікавленій стороні (ліцензіату) на використання цієї технології.

**Право інтелектуальної власності** – це виняткове право її творця або його законного правонаступника дозволяти або забороняти здійснення дій з використання результату інтелектуальної діяльності із згадкою або без згадки імені творця в цілях прямого або непрямого витягання прибутків від цього.

Використання результату інтелектуальної власності без дозволу є порушенням права інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність здатна приносити дохід при залученні до цивільного обороту передбаченими законодавством способами (купівля-продаж, обмін, оренда та ін.). Це можна назвати **інтелектуальним капіталом**. Способами використання інтелектуальної власності як додаткового джерела фінансових ресурсів можуть бути вклад цієї власності в статутний капітал господарських товариств, підвищення реальної вартості підприємств шляхом обліку вартості майнових прав у складі активів підприємств та ін.

**7.3 Використання прав на інтелектуальну власність в сфері туризму**

Поширеною формою передачі прав на використання інтелектуальної власності є **франчайзинг.** Термін походить від французького слова franchise, що означає «пільга», «привілея». Договори франчайзингу і організація бізнесу шляхом формування франчайзингових мереж застосовуються у сфері підприємницької діяльності і укладаються з метою створення нових господарських комплексів, розширення мережі збуту товарів і послуг (магазини, ресторани, готелі та ін.).

Франчайзинг є вертикально інтегрованою системою, в основі побудови якої лежить угода про те, що одна сторона (франчайзер) надає інший (франчайзі) за винагороду право використовувати права, що належать йому, на інтелектуальну власність за обов'язкової умови застосування системи ведення справ, розробленої франчайзером.

Франчайзинг передбачає різноманітні форми і досить складну систему взаємин з високим рівнем індивідуалізації між франчайзером і франчайзі, які залежать від галузевої приналежності учасників, стратегічних цілей, ресурсів, регіонального розташування та ін., тому виробити єдину модель договору практично неможливо.

Можна виділити ряд ознак, які властиві франчайзингу. До них відносяться: наявність у франчайзера офіційно визнаних прав на інтелектуальну власність і системи ведення справ (розроблені стандарти, ноу-хау та ін.). Перед укладенням договору франчайзер повинен розкрити інформацію, необхідну франчайзі для ведення справ, а в процесі співпраці здійснювати обов'язкову підтримку (технічна документація, навчання та ін.). Франчайзі переймає на себе зобов'язання вести справу в повній відповідності з вимогами франчайзера, за рахунок власних коштів залучати необхідні інвестиції в справу і виплачувати франчайзеру узгоджену сторонами винагороду. Франчайзинг передбачає тривалий характер стосунків і юридичну самостійність сторін. Франчайзинг широко застосовується в готельному бізнесі.

В Україні для створення і формування мережі однорідних підприємств з однаковими умовами ведення господарської діяльності застосовується «комерційна концесія» (поняття аналогічне відомому в зарубіжному законодавстві поняттю «франчайзинг» або «франшиза», проте не зовсім еквівалентне за змістом).

Згідно з нормами Цивільного кодексу України сторонами за договором можуть бути як комерційні організації, так і громадяни індивідуальні підприємці. Договір має бути укладений письмово і зареєстрований органом, що здійснює реєстрацію юридичної особи або індивідуального підприємця, що виступає правовласником.

За договором комерційної концесії правовласник зобов'язався надати за винагороду на термін або без вказівки терміну користувачеві право використовувати в підприємницькій діяльності комплекс вийняткових прав, що належать правовласнику.

Комплекс вийняткових прав на використання результатів інтелектуальної діяльності та прирівняних до них засобів індивідуалізації продукції, виконуваних робіт або послуг включає право на фірмове найменування і (чи) комерційне позначення правовласника, на комерційну документацію, що охороняється, та інформацію, а також на інші передбачені договором об'єкти виняткових прав – торговельний знак, знак обслуговування та ін. Правовласник зобов'язаний видати користувачеві передбачені договором ліцензії, забезпечивши їх оформлення в установленому порядку, а також проінструктувати користувача і його працівників з питань, пов'язаних із здійсненням цих прав.

Користувач зобов'язаний не розголошувати секрети виробництва правовласника та іншу отриману від нього конфіденційну комерційну інформацію; використовувати фірмове найменування і (чи) комерційне позначення правовласника вказаним в договорі чином; забезпечувати відповідність якості послуг, що надаються, якість аналогічних послуг, що надаються безпосередньо правовласником; дотримувати інструкції і вказівки правовласника із забезпечення відповідності характеру, способів і умов використання комплексу виняткових прав, вживаних правовласником, у тому числі що стосуються зовнішнього і внутрішнього оформлення комерційних приміщень.

Користувач зобов'язаний також інформувати споживачів (клієнтів), що він, через договір комерційної концесії, використовує фірмове найменування, товарний знак або інший засіб індивідуалізації правовласника, а також надавати споживачам всі додаткові послуги, на які вони могли б розраховувати, придбаваючи послугу безпосередньо у правовласника.

Договір укладається стосовно певної сфери підприємницької діяльності (продажу товарів, отриманих від правовласника або вироблених користувачем, виконання робіт, надання послуг) і передбачає використання ділової репутації і в певному обсязі комерційного досвіду правовласника. Комерційна інформація і комерційний досвід, що надаються користувачу за договором, включають зазвичай документацію по веденню бізнесу (документи, інструкції, стандарти та ін.), а також професійне навчання персоналу, спеціальний інструктаж протягом усього періоду дії договору з різних аспектів організації господарської діяльності (управління, ведення обліку і звітності, обслуговування клієнтури та ін.). За домовленістю сторін комерційною інформацією можуть бути визнані звіти економічного, методичного та іншого характеру з різних аспектів організації і здійснення господарської діяльності правовласника, у тому числі конфіденційна інформація (комерційна таємниця), що має потенційну комерційну цінність.

У договорі комерційної концесії узгоджується обсяг передаваних прав (території, охоплені концесією, виду діяльності, послуг та ін.), що обумовлено нематеріальним характером об'єктів цих прав, можливістю їх одночасного використання необмеженим колом осіб.

Можуть бути передбачені й інші обмеження прав сторін. Проте незначними є умови, що обмежують права сторін, через які правовласник має право визначати ціну продажу товару користувачем або ціну послуг, що надаються користувачем, або встановлювати верхню або нижню межу цих цін; користувач має право продавати товари, виконувати роботи або надавати послуги виключно певної категорії покупців або виключно покупцям, що проживають на ви- значеній в договорі території.

Винагорода за договором комерційної концесії може виплачуватися користувачем правовласнику у формі фіксованих разових або періодичних платежів, відрахувань від виручки або в іншій формі, передбаченій договором. Найбільш поширеною формою оплати є поєднання фіксованої суми («паушальний платіж»), яка виплачується відразу після укладення договору, і «роялті» – періодичних (річних, квартальних) платежів у вигляді відрахувань в певному відсотку від суми обігу товарів, послуг.

Правовласник несе субсидіарну з користувачем відповідальність по вимогам, що пред'являється клієнтами, вимогам про невідповідність якості товарів, виконуваних робіт, послуг, що надаються, за договором комерційної концесії. Таким чином, законом встановлена солідарна відповідальність туроператора і турагента за якість туристичного продукту, що реалізовується турагентом, за договором комерційної концесії.

В Україні застосування договору комерційної концесії при організації туристичного бізнесу доки не отримало широкого застосування. Перші спроби застосувати принципи франчайзингу в туристичній діяльності з'явилися в 1997-1998 рр. Проте створювалася лише агентська мережа, коли туроператори не лише залучають агентства до співпраці на принципах франчайзингу, але і створюють свої власні, а також укладають агентські договори про співпрацю з незалежними турагентами. В Україні існує декілька видів мережевих об'єднань. До них можна віднести роздрібні мережі туроператорів (як власні, так і змішані); турагентства і збутові мережі, організовані за принципом франчайзингу.

Для того, щоб протистояти конкуренція з боку великих туристичних фірм, дрібні і середні за величиною підприємства починають об'єднуватися. Це характерно практично для усіх туристичних ринків у світі, де створюються так звані «мережі туристичних агентств». Умови взаємин (у тому числі і фінансових) між учасниками визначаються виходячи з цілей і контурів такого об'єднання після оцінки матеріальних, технологічних, кадрових та інших ресурсів кожного з передбачуваних учасників об'єднання.

Створюючи подібні об'єднання, його учасники, як правило, переслідують такі цілі:

* розширення обсягу операцій на ринку і протистояння усе зростаючій− конкуренції з боку великих фірм;
* отримання підвищеної комісії або інших пільг від виробників туристичних послуг і туроператорів;
* скорочення за рахунок спільної участі витрат (єдині юридична служба, бухоблік та ін.) і витрат на просування туристичного продукту;
* використання і впровадження єдиного бренду;
* зміна якісного рівня підприємства за рахунок застосування передових технологій.

Структура мережі передбачає централізовану систему управління і делегування кожним з учасників певної частини своїх повноважень створюваному керуючому органу. Цей орган розробляє маркетингову і рекламну політику, визначає постачальників послуг, проводить з ними переговори і укладає договори, здійснює бухгалтерський облік, вирішує питання підбору і навчання персоналу. Через нього проходять усі платежі роздрібних точок, що входять в мережу. Щоб уникнути конфліктів між учасниками слід домовитися про майбутню конструкцію, розподіл повноважень та інші конкретні деталі співпраці.

Якщо учасники створюваної мережі агентств хочуть досягти окремих конкретних цілей або об'єднати тільки маркетингові зусилля, то управління таким об'єднанням може бути часткове централізованим. В цьому випадку функції головного офісу обмежуються рекламною або маркетинговою політикою і укладенням договорів з туроператорами на спеціальних умовах. При цьому керівники агентств мають велику свободу дій. Проте така незалежність партнерів по мережі в певних умовах може привести до швидкого розпаду союзу.

Туристичні агентства можуть вступити або приєднатися до вже існуючої мережі незалежної або операторської. Увійшовши до складу такої мережі, нові учасники відразу отримують переваги: розкручену марку, підвищену комісію та інші блага.

Слід мати на увазі, що принцип організації мережі залежить не лише від поставлених цілей, але і від наявних ресурсів. Як показує досвід, плановані витрати на створення мережі повинні двократно перекриватися наявними фінансовими коштами, доля залучених коштів має бути мінімальною. Оптимальним варіантом створення мережі є зразкова рівність положення учасників на ринку і можливість взаємного доповнення сильних сторін. У туристичному бізнесі головним ресурсом є люди. Тому важливо не лише намітити загальну чисельність персоналу, але і визначити співробітників, які можуть скласти кадрову основу майбутньої мережі. При переході до мережевої роботи є небезпека, що збільшення обсягів може асоціюватися з послабленням контролю і зниженням особистої відповідальності.

Мережі туристичних агентств створюються на ринку з метою впливу на виробників послуг і отримання спеціальних умов співпраці з туроператорами. Сумарна частка мереж агентств в оборотах туроператорів не перевищує, як правило 10 %, тільки в окремих випадках вона досягає 15 %.

На українському туристичному ринку нині представлені близько десятка мережевих туроператорів, які у своїй діяльності в тій або іншій мірі використовують договори комерційної концесії.

Створення франчайзингових мереж є перспективним напрямом розвитку мережевих туристичних структур. Проте в умовах нестабільної економіки компаніям краще будувати не чисто франчайзингову, а комбіновану мережу, спираючись на власні офіси продажів. Така мережа найбільш стійка до всіляких зовнішніх загроз (природні катаклізми, економічні і політичні потрясіння), оскільки не пов'язана з роботою на будь-якому одному напрямі.

**Франчайзингові мережі** – це найбільш цивілізована форма роботи в туристському бізнесі, модель його розвитку, що довела свою спроможність і значний потенціал.

**7.4 Охорона і захист інтелектуальної власності**

**7.4.1 Способи охорони і захисту інтелектуальної власності**

Згідно зі стереотипом, що встановлювався протягом багатьох років, законодавчо регулюються більшою мірою речові стосунки, а сфера нематеріальних явищ : нові ідеї, технології, управлінські рішення – не мають адекватних форм оцінки їх вартості, економічних і соціальних критеріїв,юридичних нормативів.

Це призводить до появи піратства в інтелектуальній сфері. Тому розробка технології захисту інтелектуальної власності є одним з актуальних завдань.

Охорона інтелектуальної власності є ключовим моментом інноваційної діяльності. Сам стан патентної системи може стимулювати або стримувати інноваційну діяльність компаній. Зважаючи на особливу нематеріальну природу об’єктів інтелектуальної власності, відсутність або позбавлення патентних прав означає втрату самої власності. Патентна система нині охоплює всі стадії розробки нового продукту, що йдуть слідом за фундаментальними дослідженнями, включаючи маркетинг. Тому її охорона, а також припинення недобросовісної конкуренції входить до кола стратегічних цілей як компаній, так і держави.

Європейський Союз, стурбований тим, що більшість європейських патентів належить американським і японським фірмам, схвалив Положення про патент Співтовариства, що дозволило зробити витрати на отримання патенту в Європі близьким до вартості в США і Японії, тим самим посилюючи інноваційний потенціал і підвищуючи конкурентоспроможність європейських компаній.

Із зростанням комерційного використання Інтернету різко зросла кількість справ, пов’язаних з порушенням авторських прав. У Європейському Союзі організована Розподільна патентна служба Інтернету (DIPS), орієнтована передусім на потреби малого і середнього підприємництва та індивідуальних винахідників.

В Україні 15 грудня 1993 р. ухвалено Закон “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”, а 23 грудня 1993 р.- Закон “Про охорону прав на прмислові зразки”. Ці закони регулюють стосунки, що виникають у зв’язку з правовою охороною і використанням винаходів, корисних моделей, промислових зразків, товарних знаків обслуговування і найменувань місць походження товарів.

Окрім патенту і ліцензії в більшості країн формами захисту інтелектуальної власності є:

**копирайт** (право на відтворення) – правова норма, що регулює стосунки, пов’язані з відтворенням творів літератури, мистецтва, аудио- або відеотворів. Латинська **С** в колі, що наноситься на твір. Вказує на те, що цей твір охороняється авторським правом;

**товарний знак і знак обслуговування** – позначення, що служать для індивідуалізації товарів, виконуваних робіт або послуг юридичних або фізичних осіб (правова охорона в Україні надається на підставі їх державної реєстрації);

**фірмове найменування** – після реєстрації є безстроковим і припиняється тільки у разі ліквідації фірми, не підлягає продажу.

**7.4.2 Міжнародні угоди про охорону інтелектуальної власності**

У світі діє низка міжнародних угод, пов'язаних із захистом інтелектуальної власності. До таких угод відносяться: Паризька конвенція з охорони промислової власності, прийнята в 1883 р., що набула чинності 7 липня 1884 р. Її остання редакція була прийнята в Стокгольмі в 1967 р. (Україна – учасниця цієї конвенції); Бернська Конвенція про охорону літературних і художніх творів, прийнята в 1886 р., остання редакція – в 1971 р.; Міжнародна (Римська) конвенція із захисту виконавців, виробників фонограм і організацій телерадіомовлення, прийнята в Римі в 1961 р., набула чинності 18 травня 1964 р.; Договір про інтелектуальну власність відносно інтегральних мікросхем (договір ІПІС), прийнятий у Вашингтоні 26 травня 1989 р. (Україна до цього договору не приєдналася).

Проблемами охорони інтелектуальної власності в умовах глобалізації світової торгівлі займається Світова організація торгівлі (СОТ), яка спільно зі Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ) та іншими міжнародними організаціями розробила рамкові правила. Вони зафіксовані в Угоді по торговельних аспектах прав інтелектуальної власності (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPS).

Угода є однією з основ всесвітньої торговельної системи. У ст. 7 відзначається, що «охорона і реалізація прав інтелектуальної власності повинні сприяти технічному прогресу, передачі і поширенню технологій до взаємної вигоди виробників і користувачів технологічних знань, сприяючи соціально-економічному добробуту, і до досягнення балансу прав і зобов'язань».

TRIPS нині є основним міжнародно-правовим документом, на основі якого здійснюється правове регулювання в області інтелектуальної власності. Члени СОТ можуть, але не зобов'язані здійснювати у своїх національних законах більшу охорону за умови, що така охорона не суперечить положенням угоди.

Термін «інтелектуальна власність» поширюється на авторські права, суміжні права, товарні знаки, географічні зазначення, промислові зразки, патенти, топології (топографії) інтегральних мікросхем, закриту інформацію.

Угода базується на діючих міжнародних конвенціях та інших домовленостях між країнами-учасниками СОТ, тому TRIPS містить норми посилального характеру до Паризької конвенції з охороні промислової власності, Бернської конвенції про охорону літературних і художніх творів, Міжнародної (Римської) конвенції про захист виконавців, виробників фонограм і організацій телерадіомовлення і Договору про інтелектуальну власність відносно інтегральних мікросхем.

Характерним для TRIPS є зобов'язання надавати іноземним громадянам з країн-членів СОТ національний режим в області прав інтелектуальної власності, а також режим найбільшого сприяння, щоб не допустити по відношенню до них дискримінації.

Згідно п. 2 ст. 9 TRIPS «охорона авторських прав повинна поширюватися на специфічні втілення, але не на ідеї, процедури, методи роботи, або математичні концепції як такі». Особлива стаття присвячена комп'ютерним програмам і компіляції даних.

Ця стаття свідчить:

1 Комп'ютерні програми, як вихідний текст, так і об'єктний хід, охороняються як літературні твори відповідно до Бернської конвенції;

2 Компіляції даних або інша інформація в в будь-якій формі, які унаслідок відбору або класифікації свого змісту складають результат творчої праці, повинні охоронятися як такі. Така охорона, яка не поширюється на самі дані або інформацію, не зачіпає авторське право, існуюче в самих даних або інформації».

В порівнянні з Паризькою конвенцією TRIPS містить нововведення. До товарного знаку прирівнюється знак обслуговування, розширюється кількість випадків, коли можлива відмова в реєстрації товарного знаку (наприклад, якщо знак не сприймається візуально), можливість продовження терміну реєстрації товарного знаку необмежена кількість разів (первинна реєстрація, а потім і продовження здійснюються не менше ніж на сім років). Угода забороняє необгрунтовані обмеження використання товарного знаку в торгівлі (використання з іншими товарними знаками, в спеціальній формі). Проголошується принцип свободи передачі знаку як разом з підприємством, так і без нього.

Ст. 25 TRIPS встановлює правила видачі і використання патентів. Патенти видаються на будь-які винаходи, незалежно від того, чи є вони продуктом або способом в усіх областях техніки, за умови, що вони мають новизну, містять винахідницький рівень і є промислово застосовними. В Угоді уточнюються виняткові права, які має власник патенту. Якщо об'єктом патенту є виріб, то власник має право перешкоджати третім особам, без згоди власника, створенню, використанню, пропозиції для продажу, продажу або ввезенню для цих цілей згаданого продукту. Якщо об'єктом патенту є спосіб, то власник має право перешкоджати третім особам, без згоди власника, використовувати цей спосіб, а також здійснювати дії з використання, пропозиції для продажу, продажу або ввезення для цих цілей продуктів, отриманих безпосередньо зазначеним способом. Власники патентів мають право передавати права на патент, передавати його у спадок і укладати ліцензійні договори.

Що стосується ліцензійної практики, то встановлення правил і умов залишається на розсуд національного законодавства. Виняток становлять деякі види ліцензійної практики або умови, що відносяться до прав інтелектуальної власності, які обмежують конкуренцію і несприятливо впливають на торгівлю і перешкоджають передачі і поширенню технології. Угода не перешкоджає членам СОТ вживати відповідні законодавчі заходи для запобігання подібній практиці. TRIPS зобов'язав країни-учасниці СОТ передбачати у своїх національних законодавствах механізми захисту прав національних та іноземних власників, аж до карного покарання за умисні дії, пов'язані з підробкою товарного знаку і порушенням авторського права в комерційному масштабі. Як покарання може передбачатися позбавлення волі, грошовий штраф, а також арешт, конфіскація або знищення контрафактних товарів і знарядь виробництва, які використовувалися при здійсненні правопорушення.

**ТЕМА 8.**

**ФІНАНСОВЕ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ**

8.1Фінансова складова інноваційного потенціалу підприємства

8.1.1 Цілі і завдання системи фінансування

8.1.2 Сутність системи фінансування інноваційної діяльності

8.2 Методи оцінки інноваційних проектів

8.3 Ризики інноваційних проектів

8.3.1 Поняття ризику в підприємницькій діяльності

8.3.2 Методи оцінки ризику

**8.1 Фінансова складова інноваційного потенціалу підприємства**

**8.1.1 Цілі і завдання системи фінансування**

Розвиток інноваційної діяльності як на рівні окремого підприємства, так і на рівні інтегрованих структур і держави в цілому припускає створення стрункої і добре обґрунтованої системи фінансування. Тільки в такому разі можуть бути створені необхідні умови для нагромадження і маневрування фінансовими коштами і можливість їхньої концентрації на ключових напря- мках інноваційної політики.

Будь-який господарюючий суб'єкт, у тому числі й інноваційне підприємство, пов'язаний грошовими відносинами з іншими господарюючими суб'єктами і банками щодо оплати науково-технічної продукції, контрагентських робіт, постачань спецобладнання, матеріалів і комплектуючих виробів, розрахунків із засновниками, трудовим колективом і державними органами управління.

В економіці ринкового типу система фінансування виконує дві дуже важливі функції **– розподільчу** і **контрольну**. Зміст першої полягає, насамперед у тому, щоб забезпечувати кожний суб'єкт господарської діяльності необхідними фінансовими ресурсами. Суб'єктами фінансування виступають самостійні підприємства, інноваційні підприємства, інтегровані фінансово-промислові структури, територіальні органи управління, нарешті, приватні особи. Всі вони в тій або іншій мірі беруть участь у відтворювальному процесі і формують кінцевий суспільний продукт. Розподільчий процес, що здійснюється за допомогою фінансів, характеризується складністю і багатогранністю, і безпосередньо пов'язаний із чинним цивільним законодавством, податковою системою, законодавством про банки і цінні папери, з іншими нормативними документами, що затверджуються на державному, територіальному і місцевому рівнях управління.

Контрольна функція фінансів зводиться до того, щоб сигналізувати про пропорції, що складаються у розподілі коштів, щоб зрозуміти, наскільки ефективно вони використовуються конкретним господарюючим суб'єктом.

Аналіз практики вітчизняних і зарубіжних підприємств показує, що від своєчасності й адресності розподілу фінансових ресурсів багато в чому залежить кінцевий результат будь-якої господарської діяльності, у тому числі й ефективність підприємництва в інноваційній сфері.

Найважливішим інструментом, що забезпечує реалізацію контрольної функції фінансів, виступає фінансова інформація. Ця інформація міститься в бухгалтерській, статистичній і оперативній звітності науково-технічних і промислових підприємств. Аналіз фінансових показників (обсягів фінансування, розмірів прибутку, податку з додаткової вартості, рентабельності, собівартості, витрат, обороту, розмірів відрахувань на різноманітні цілі і фонди і т. п.) дає можливість охарактеризувати всі основні сторони роботи підприємства, оцінити досягнуті результати і, якщо необхідно, запропонувати комплекс заходів, спрямованих на розшивку вузьких місць і усунення негативних моментів.

**8.1.2 Сутність системи фінансування інноваційної діяльності**

Інноваційна діяльність підприємства, як правило, здійснюється на основі розроблених програм чи проектів.

Інноваційна програма допускає участь у її реалізації різних юридичних і фізичних осіб, у тому числі іноземних, а також держави і міжнародної організації.

Однією з основних проблем роботи з інноваційною програмою є її фінансування. Воно передбачає забезпечення програми ресурсами, до складу яких входять не тільки кошти, але й інші інвестиції, що виражаються в грошовому еквіваленті, у тому числі основні й оборотні кошти, майнові права і нематеріальні активи, кредити, позики і застави, права землекористування і т.п.

Інвестиції можна розділити на інвестиції в “зовнішні умови”, тобто найбільш вигідні вкладення своїх вільних грошей у сторонні виробничі й інші структури, і інвестиції у власну діяльність, тобто найбільш вигідне вкладення засобів у підвищення конкурентного статусу підприємства як за рахунок внутрішніх, так і за рахунок зовнішніх джерел фінансування. Інвестиційна діяльність підприємства повинна бути спрямована, з одного боку, на посилення позитивного впливу зовнішніх умов на діяльність підприємства, з іншого – на вдосконалення виробничого потенціалу підприємства.

Інвестування в “зовнішні умови” здійснюються, як правило, у вигляді пайової участі підприємства в спільних проектах або у формі прямого кредитування (з урахуванням норм діючого законодавства) об’єктів, або за рахунок ді- яльності на ринках цінних паперів і в інших формах.

Інвестиції внутрішнього характеру мають на меті розвиток стратегічного потенціалу підприємства за рахунок збільшення тих чи інших ресурсів (технічних, технологічних, просторових і т.п.) і створення необхідних товарно-матеріальних запасів.

З огляду на досить широке коло учасників господарської, зокрема інвес- тиційної, діяльності підприємства термін “інвестиції” має як фінансове, так і економічне визначення.

За фінансовим визначенням, **інвестиції** – це всі види активів (коштів), вкладених у господарську діяльність з метою одержання доходу. За економічним визначенням – це витрати на створення, розширення, реконструкцію і технічне переозброєння основного капіталу, а також на пов’язані з цим зміни оборотного капіталу, що залежать від руху витрат на основний капітал.

Фінансування програми включає такі основні стадії:

* попереднє вивчення життєздатності інноваційної програми (визначення− доцільності програми з витрат і запланованого прибутку);
* розробка плану реалізації програми (оцінка ризиків, ресурсне забезпечення й ін.);
* організація фінансування, у тому числі: оцінка можливих форм фінансування і вибір конкретної форми, визначення організацій, що фінансують, визначення структури джерел фінансування, контроль виконання плану й умов фінансування.

Фінансування інноваційних програм може здійснюватися такими способами:

* самофінансування, тобто використання як джерела фінансування власних коштів інвестора (із коштів бюджету і позабюджетних фондів - для держави, із власних коштів – для організації);
* використання позикових і залучених коштів.

Система фінансування інноваційних програм включає: джерела фінансування та організаційні форми фінансування.

Класифікація джерел фінансування інноваційних програм проводиться за такими ознаками: за відносинами власності; за видами власності; за рівнями власників.

За відносинами до власності джерела фінансування розділяються на: власні; залучені; позикові.

За видами власності джерела фінансування поділяються на:

* державні інвестиційні ресурси (бюджетні засоби і засоби позабюджетних фондів, державні запозичення, пакети акцій та інші основні й оборотні фонди і майно державної власності й ін.);
* інвестиційні, у тому числі фінансові ресурси господарських суб’єктів комерційного і некомерційного характеру, громадських і об'єднань, фізичних осіб, у тому числі іноземних інвесторів. Ці інвестиційні ресурси включають власні і залучені кошти підприємств, а також колективних інвесторів, у тому числі інвестиційних фондів і компаній, пайових інвестиційних фондів, недержавних пенсійних фондів, страхових компаній та ін.;
* інвестиційні ресурси іноземних інвесторів (іноземні держави, міжнародні фінансові й інвестиційні інститути, окремі організації, інституціональні інвестори, банки і кредитні установи.

**8.2 Методи оцінки інноваційних проектів**

Визначення реальності досягнення позитивного результату інвестиційних операцій і є основним завданням оцінки фінансово-економічних параметрів будь-якого проекту вкладення коштів у реальні активи.

Слід особливо підкреслити, що застосування методів оцінки і аналізу проектів припускає множинність використовуваних прогнозних оцінок і розрахунків. Множинність визначається як можливістю застосування ряду критеріїв, так і безумовною доцільністю варіювання основними параметрами, що досягається використанням імітаційних моделей в середовищі електронних таблиць.

Критерії, які використовують в аналізі інвестиційної діяльності, можна розділити на дві групи залежно від того, враховується чи ні часовий параметр:

1) засновані на дисконтованих оцінках;

2) засновані на облікових оцінках.

До першої групи відносять такі критерії:

* чистий наведений ефект (Net Present Value, NPV);
* індекс рентабельності інвестиції (Profitability Index, PI);
* внутрішня норма прибутку (Internal Rate of Return, IRR);
* модифікована внутрішня норма прибутку (Modified Internal Rate of Return, MIRR);
* дисконтований термін окупності інвестиції (Discounted Payback Period, DPP).

До другої групи відносять такі критерії:

термін окупності інвестицій (Payback Period, РР)

− коефіцієнт ефективності інвестицій (Accounting Rate of Return, ARR).

В основі оцінки ефективності інвестиційних проектів з використанням першої групи методів лежить розрахунок показника грошового потоку по роках реалізації проекту з приведенням його до теперішньої (поточної) вартості. Перерахунок майбутніх надходжень до теперішньої (поточної) вартості і лежить в основі процесу дисконтування.

**Дисконтування** – це процес руху грошового потоку від майбутнього періоду до теперішнього часу. Сутність дисконтування полягає в часовому впорядкуванні грошових потоків різних часових періодів з погляду теперішнього моменту часу.

Фінансово-економічні показники інноваційних проектів розраховуються за допомогою наступних методів:

- розрахунку чистого наведеного ефекту;

- розрахунку індексу рентабельності інвестицій;

- розрахунку внутрішньої прибутковості інвестицій;

- розрахунку терміну окупності інвестицій:

- розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій;

- розрахунку фінансово-економічної оцінки інноваційних проектів.

**8.3 Ризики інноваційних проектів**

**8.3.1 Поняття ризику в підприємницькій діяльності**

Будь-яка фірма, що функціонує в умовах ринку, ставить метою одер- жання прибутку. В той же час об'єктивно можливі і збитки. Це є дуже характерним у період розвитку ринкових відносин, коли підприємницьку діяльність приходиться здійснювати в умовах інформаційної недостатності, невизначеності і нестійкості, мінливості економічного середовища. Отже, виникає неясність і непевність в одержанні очікуваного розрахованого кінцевого результату, а отже, зростає ризик, тобто небезпека невдач, непередбачених втрат. Ризик характерний для початкових стадій підприємництва, коли ще невеликий досвід, бракує практики проведення підприємницьких операцій. Але ризикувати приходиться і бізнесменам-професіоналам з багаторічним стажем.

В економічній науці і практиці господарювання, на жаль, не вироблені загальновизнані теоретичні положення про інноваційний ризик. Недостатньо розроблені методи оцінки ризику стосовно тих чи інших виробничих, господарських ситуацій.

У країні з ринковою економікою накопичений досвід ризикового підприємництва, супроводжують наочно видимими прикладами процвітання і краху, підйому і банкрутства в залежності від вмілої чи невмілої поведінки, а, частково, і везіння в реальній обстановці ризику. У ринковому середовищі саме життя, процеси виробництва, розподілу, обміну, споживання продукції вчать правилам поведінки при наявності невизначеності і ризику, заохочують за їхнє знання і суворо карають за незнання.

Відзначимо, що є окремі види підприємницької діяльності, які піддаються розрахунку, оцінці, і де методи визначення ступеню ризику відпрацьовані і теоретично, і практично. Це, насамперед, страхування майна, здоров'я і життя, а також лотерейна й ігрова справа.

Приміром, страхуючи підприємство чи будинок від пожежі, страхове агентство аналізує тільки небезпеку загоряння об'єкта і міру виникаючої при цьому майнової втрати, яку прийдеться компенсувати. Відповідно встановлюють і страхові платежі, розміри страхових премій. Підприємець-інноватор, зокрема, змушений вивчати ризик, що виникає в проектній, підготовчій стадії, при переході на новий продукт і при всіх інших видах діяльності підприємства. Адже його цікавить не просто компенсація втрат, а запобігання збитку, що вже зовсім інша справа.

Ризик, звичайно, пов'язаний з конкретною ризиковою ситуацією. Тому він виникає тоді, коли рішення приймається в умовах невизначеності, коли вибір роблять з декількох важко порівнянних варіантів. У цих умовах потрібно оцінити, хоча б інтуїтивно, імовірність досягнення заданого результату, виявити можливі невдачі на шляху, що обирається.

Характерно, що ризикова ситуація в інноваційній діяльності тим чи іншим способом пов'язана з поняттям власності, прибутку, з імовірністю її упустити. Сам факт наявності власності служить збудником ризикових ситуацій, адже люди більше за все побоюються втрат власного майна, коштів, здоров'я, життя.

Під **інноваційним (підприємницьким) ризиком** варто розуміти ризик, що виникає при будь-яких видах діяльності, пов'язаних з інноваційними процесами, виробництвом нової продукції, товарів, послуг, їх операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів. Виходячи з даного визначення, варто одночасно уявити, що **ризик** – це явище, ознака і властивість діяльності, а не тільки поняття.

Інноваційна діяльність пов'язана з використанням і оборотом матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних, інтелектуальних ресурсів, ризик пов'язаний з загрозою повної або часткової втрати цих ресурсів.

Тому підприємницький ризик характеризують як небезпеку потенційно можливої, імовірної втрати ресурсів чи недоодержання доходу в порівнянні з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів. І крім того, **ризик** – це можливість, імовірність відхилення від мети, результату, заради яких і приймалося рішення, на що був націлений бізнес-проект.

Інакше кажучи, ризик є загрозою того, що підприємство понесе втрати у вигляді додаткових витрат, понад передбачені прогнозом, програмою його дій, або одержить доходи нижче тих, на які воно розраховувало. Таким чином зниження величини передбачуваного доходу, так звана упущена вигода, також входить у категорію ризику. При встановленні суті підприємницького ризику необхідно розрізняти поняття: «витрата», «збитки», «втрати». Будь-яка підприємницька діяльність неминуче пов'язана з витратами, втратами, тоді як збитки мають місце при несприятливому збігу обставин, прорахунках і являють собою додаткові витрати понад намічені. Збитки, втрати, як відомо, не планують заздалегідь, навмисно, хоча в ряді випадків передбачають як потенційно можливі.

Кожна людина в повсякденній, виробничій, економічній діяльності постійно зустрічається із ситуаціями, що не мають однозначного вирішення і обов'язково вимагають вибору одного з декількох варіантів, що мають, у свою чергу, різні імовірності результату. Цей процес знаходить своє вираження в понятті «ризик». Ризики виникають у результаті численних факторів впливу зовнішнього середовища – конкурентів, постачальників, урядових рішень, суспільної думки, кон'юнктури чи моди, недостачі повноцінної релевантної інформації і т.д.

Ризик попереджає, з одного боку, про можливу невдачу, а з іншого – про можливий виграш. Тому при вирішенні творчих, новаторських завдань дуже важливим є:

- виявляти можливі сприятливі і негативні наслідки своїх дій;

- враховувати ступінь імовірності одержання потрібного результату, імовірність небажаних наслідків і відхилень від обраної мети.

Необхідно відзначити, що наявність ризику не є ні достоїнством, ні недоліком. Більше того, відсутність ризику, тобто небезпеки настання непередбачених і небажаних для суб'єкта наслідків, як правило, шкодить економіці, підриває її динамізм і ефективність.

Найсильнішим фактором ризику є конкуренція, що на ринку інновацій може бути доповнена такими «специфічними властивостями», як поява загрози впровадження товарів-замінників, виготовлених за новою, більш економічною технологією, чи збільшення «іншогалузевих» конкурентів.

Виділимо в цьому зв'язку народногосподарський і локальний ризики. Перший пов'язаний з реалізацією стратегічних завдань, а другий виникає на більш низьких рівнях і вирішує більш конкретні завдання, пов'язані з інноваційною діяльністю підприємств і об'єднань.

Локальний ризик виникає при виборі програм і рішень з розробки і впровадження конкретних видів техніки і технологій. У принципі тут існує дві основні, базові альтернативи.

По-перше колективи, відмовляючись від ризикованих варіантів, просуваються повільно, обережно, орієнтуючись лише на часткову модернізацію. Такий шлях більш спокійний, але абсолютно безперспективний з погляду НТП, більше того, він вганяє економіку в багатоміліардні обтяжливі і неефективні витрати.

Інший шлях – створення принципово нових технологій, здатність конкурувати з товарами на світовому ринку. Він ризикований, але тільки він дозволяє створювати конкурентоспроможну продукцію. У цьому зв'язку необхідно ознайомитися з деякими методами оцінки ризику.

**8.3.2 Методи оцінки ризику**

Для того, щоб оцінити імовірність тих чи інших втрат, обумовлених розвитком подій за непередбаченим варіантом, необхідно, насамперед, знати усі види втрат, пов'язаних з підприємництвом, і вміти заздалегідь обчислити їх чи виміряти як імовірні прогнозні величини. При цьому природним є бажання оцінити кожний з видів втрат у кількісному вираженні і вміти звести їх воєдино, що, однак, далеко не завжди вдається зробити.

Матеріальні втрати виявляються в не передбачених підприємницьким проектом додаткових витратах чи прямих втратах устаткування, майна, продукції, сировини, енергії й інших ресурсів. Стосовно кожного окремого з перерахованих видів втрат застосовні свої одиниці виміру. Найбільш природно вимірювати матеріальні втрати в тих же одиницях, у яких вимірюється кількість даного виду матеріальних ресурсів, тобто у фізичних одиницях ваги, обсягу, площі й ін. Однак звести воєдино втрати, вимірювані в різних одиницях, і виразити їх однією величиною не уявляється можливим: не можна складати кілограми і метри. Тому практично неминуче обчислення втрат у вартісному вираженні, у грошових одиницях. Для цього втрати у фізичному вимірі переводяться у вартісне вираження шляхом їхнього множення на вартісну одиницю відповідного матеріального ресурсу. Для досить значної кількості матеріальних ресурсів, ціни яких заздалегідь відомі, втрати відразу можна оцінити в грошовому вираженні.

Одержуючи, таким чином, оцінку імовірних втрат за кожним з окремих видів матеріальних ресурсів у грошовому вираженні, можна звести їх воєдино, дотримуючись при цьому правила дій з випадковими величинами і їх ймовірностями.

**Фінансові втрати** – це прямий грошовий збиток, пов'язаний з непередбаченими платежами, виплатою штрафів, сплатою додаткових податків, втратою коштів. Збиток може виникнути при недоодержанні чи повному неотриманні грошей з передбачених джерел, при неповерненні боргів, неоплаті покупцем поставленої йому продукції, зменшенні виторгу внаслідок зниження цін на реалізовані продукцію і послуги.

**Трудові втрати** являють собою втрати робочого часу, викликані випадковими, непередбаченими обставинами. Трудові втрати виміряються в людино-годинах чи людино-днях, просто годинах робочого часу. Переклад трудових втрат у грошовому вираженні здійснюється шляхом множення трудо-годин (чи нормо-годин) на вартість (ціну) однієї години.

Особливі види грошового збитку можуть бути пов'язані з інфляцією, зміною валютного курсу гривні, додатковим до зазначеного вилученням коштів підприємств у державний, республіканський чи місцевий бюджети.

Поряд з остаточними, безповоротними можуть бути і тимчасові фінансові втрати, обумовлені заморожуванням рахунків, несвоєчасною видачею коштів, відстрочкою сплати боргів.

Втрати часу існують тоді, коли процес підприємницької діяльності йде повільніше, ніж було заплановано. Пряма оцінка таких втрат здійснюється в годинах, днях, місяцях запізнювання в одержанні запланованого результату. Для того, щоб перевести оцінку втрат часу в грошовий вимір, необхідно встановити, до яких втрат доходу чи прибутку здатні призводити випадкові втрати часу.

Спеціальні види втрат виявляються у вигляді нанесення збитку здоров'ю і життю людей, навколишньому середовищу, престижу підприємця, а також внаслідок інших несприятливих соціально-психологічних і політичних наслідків. Найчастіше спеціальні види втрат вкрай важко визначити в кількісному і, тим більше, вартісному вираженні.

Природно, що для кожного з видів втрат можливість їхнього виникнення і величину варто знаходити за визначений час, що охоплює місяць, рік або термін здійснення підприємницької операції.

Звичайно, треба враховувати тільки випадкові втрати, що не піддаються прямому розрахунку, безпосередньому прогнозуванню і тому невраховані в підприємницькому проекті.

Якщо втрати складно заздалегідь передбачати, то вони повинні розглядатися не як втрати, а як неминучі витрати і включатися в розраховану калькуляцію. Так, передбачений рух цін, податків, їхню зміну в ході здійснення господарської діяльності підприємець зобов'язаний врахувати в плані.

До випадкових втрат варто відносити збиток від впливу непередбачених політичних факторів. Такі втрати породжують політичний ризик. Він виявляється у формі несподіваної, обумовленої політичними подіями зміни умов господарської діяльності, що створює несприятливий для підприємця фон і тим самим здатний призвести до підвищених витрат ресурсів і втрати прибутку. Типові джерела такого ризику – збільшення податкових ставок, введення примусових відрахувань, зміна договірних умов, трансформація видів і відносин власності, відчуження майна і коштів з політичних мотивів. Величину можливих втрат і обумовлений ними ступінь ризику в цьому випадку дуже важко передбачати.

Досить близькі за несподіваністю непередбачені втрати, обумовлені стихійними лихами, а також злодійством і рекетом. Такі обставини прийнято називати **форс-мажорними.**

Дуже специфічні можливі втрати, викликані недосконалістю методології і некомпетентністю особи, що формують план і здійснюють розрахунок прибутку і доходу. Якщо в результаті дії цих факторів величини очікуваного прибутку і доходу від підприємницького проекту будуть завищені, а реально отримані результати виявляться нижчими, то різниця мимоволі сприймається як втрата.

Особливе місце займають втрати підприємця, обумовлені несумлінністю чи неспроможністю компаньйонів. Ризик виявитися обманутим в угоді чи зіштовхнутися з неплатоспроможністю боржника, безповоротністю боргу, на жаль, досить реальний.

Однак, незважаючи на велику кількість причин, що можуть негативно позначитися на діяльності підприємця-інноватора, необхідно вивчати їх, застосовуючи спеціальні знання і прийоми, для того, щоб навчитися знижувати збиток, уміти завчасно оцінювати і вчасно корегувати траєкторію, напрямок розвитку бізнесу і, нарешті, уникнути появи кризових ситуацій.

Життєве поняття "розумний ризик" має потребу в кількісній оцінці за декількома параметрами.

Економічні межі, межі ризику визначаються, з одного боку, тим, якою мірою готовий підприємець йти на ризик, якщо ресурси, якими він розпоряджається, відповідають цілям, завданням конкретного проекту або розвитку підприємства в цілому, дозволяють здійснити проект. До числа таких параметрів, що впливають на границі ризику, можна віднести стійкість виробництва і реалізації продукції, прибутковість бізнесу, платоспроможність, чіткий облік. З іншого боку, господарський керівник навмисно йде на ризик, якщо він вважає, що надійно керує наявними ресурсами.

**Ризик** – це ймовірна категорія. У цьому значенні найбільш грамотно, обґрунтовано з наукових позицій характеризувати і вимірювати її як імовірність виникнення визначеного рівня втрат. Суворо кажучи, при всебічній оцінці ризику, варто було б встановити для кожного абсолютного чи відносного значення величину можливих втрат, відповідну імовірність виникнення такої величини збитку.

1. У ряді випадків міра ризику (як ступінь очікуваної невдачі) визначається через співвідношення ймовірності неуспіху і ступеню несприятливих наслідків, що можуть наступити в цьому випадку.

2. Іноді, навпаки, звертаються до визначення величини, пов'язаної з користністю, яку можна одержати у випадку вдачі:

П = (Ру×Оу)-(Рн-Он),

де П – очікувана користь від прийнятого рішення;

Ру – імовірність успіху (вдачі);

Оу – оцінка успіху;

Рн – імовірність неуспіху;

Он – втрати від невдачі.

Точність очікуваної користі, звичайно, буде далеко не абсолютною, але дозволяє зіставляти варіанти за критерієм корисності і приймати цілком виправдане і значне практичне рішення.

Іншим цікавим підходом, викладеним у теорії корисності, є вибір визначеної лінії поводження ЛПР у залежності від цілей і шляхів їхнього досягнення, характерним різним ступенем небажаності і вірогідності.

Завдання оцінюється за допомогою побудови матриці ліній поводження й імовірності появи об'єктивних умов.

3. Ступінь ризику часто визначається як добуток очікуваного збитку на імовірність того, що цей збиток відбудеться.

Найкращим тут буде рішення, якому відповідає мінімальний ризик. Іншими словами, піддаючись мінімальному ризику, людина в даній ситуації поводиться оптимально.

Для вибору рішення з мінімальним ризиком пропонується скласти функцію ризику: R = А×Р1+ (А + В) × Р2,

де R – ризик;

А й В – збиток від обраних рішень;

Р1 Р2 – ступінь впевненості (імовірності), що відбудуться помилки при прийнятті цих рішень.

4. Для оцінки ступеню економічного ризику як імовірності технічного і комерційного успіху при нововведеннях можна використати формулу, що застосовують багато американських компаній:

де Е – ефективність реалізації нововведень;

П – щорічний обсяг продажу нового виробу;

С – продажна ціна виробу;

Т – життєвий цикл новації (період від освоєння виробу до зняття його з виробництва);

Рт – імовірність технічного успіху (впровадження);

Рк – імовірність комерційного успіху (можливість збуту й одержання очікуваного прибутку.

∑ = n i З 1 – сума витрат на реалізацію, що містить витрати на розробку, освоєння виробництва і поточні виробничі затрати.

Імовірність технічного і комерційного успіху визначається в залежності від характеру продукції за спеціально розробленими таблицями з урахуванням інших факторів (інформаційних, виробничо-технічних, науково-технічних, юридичних, кадрових).

5. У ряді випадків для визначення ступеню ризику і вибору оптимальних рішень застосовують методику «дерево рішень». Вона допускає графічну побудову різних варіантів, що можуть бути прийняті. Співвідносячи суб’єктивні і об’єктивні оцінки подій, розміри втрат, доходів і рухаючись за гілками «дерево», оцінюють кожен варіант шляху і вибирають найкращий.