

клієнт задає регіон, період, ціну, кількість місць, відстань до моря, наявність басейну, наявність сауни тощо, а система за поставленими умовами підбирає варіант. Клієнтові залишається лише вибрати із запропонованих варіантів. Після вибрання послуг бронювання здійснюється за кілька хвилин. Якщо готель має свій сайт в мережі Інтернет, він може розмістити на ньому сторінку для on-line бронювання.[2,с.319]

На сьогодні існують різні глобальні мережні системи бронювання (CRS - computer reservation systems). Усі вони відрізняються одна від одної як набором пропонованих послуг, так і технологією роботи. Найперші системи, такі як Amadeus, Gabriel працюють в основному через спеціальні термінали, які необхідно встановити в готелі. Технологія роботи побудована на складних командах, а довідка, закладена в систему, являє собою простий текст. Нині із такими системами в основному працюють великі готелі, що бронюють квитки для свої гостей.[4,с 467]

Нові системи бронювання, серед яких «Sabre», Galileo, Wordspan та інші, використовують як засіб зв'язку між своїми базами даних та клієнтами Інтернет, а як термінал — звичайний комп'ютер. Витрати на роботу через них невисокі і доступні навіть невеликим готелям.[5,с.111].

Список використаних джерел

1. Ляпіна І.Ю. *Організація і технологія готельного обслуговування: Підручник*. М.: Академія, 2005. - 208с. р. Мідників А.В. *Інформаційні технології в туризмі. Електронний підручник*
2. Морозов М.А., «Інформаційні технології в соціально-культурному сервісі і туризмі»; *Оргтехніка: Підручник*. Академія, -2004-с.456.
3. Романов В.А., «Готельні комплекси»; М., -2006 – с.567
4. Сенін В.С., «Організація міжнародного туризму», *Фінанси і Статистика*, 2004,- с.589
5. Сорокіна А.В., «Організація обслуговування в готельних і туристських комплексах»; Альфа-М, Инфра-М, 2007,- с.321.

Віталій ОХОТА

к.е.н., доцент , доцент
кафедри міжнародного бізнесу та туризму
Тернопільський національний
економічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

В світовій економіці зростання підприємницької активності в туристичній індустрії має велике значення, оскільки вирішуються найважливіші проблеми розвитку суспільства, підвищується ефективність туристичної діяльності, створюються нові робочі місця і стимулюється зайнятість населення, підвищується можливість використання інноваційних технологій. Сьогодні на туризм припадає близько 10% валового національного продукту (ВНП) всього світу, 11% споживчих витрат в світі, 5% сукупних надходжень від податків, 7%

інвестицій і третя частина торгівлі послугами в світі. Два десятиліття тому український туристичний ринок тільки починав розвиватися, проте нині туризм – один із перспективних напрямків соціального і економічного розвитку країни, регіонів та міст. В Україні робота туристичного ринку впливає на діяльність майже 40 економічних галузей країни і на 10-15% жителів країни. Розвиток цієї галузі, а зокрема, внутрішнього туризму може і повинен стати одним із стратегічно важливих напрямків для нашої країни. Виходячи з цього метою статті є розкриття концептуальних аспектів розвитку підприємництва у вітчизняній туристичній індустрії в умовах трансформації економіки України, враховуючи те, що туристична сфера має багатогалузевий характер і тісний факторний зв'язок майже з усіма сферами життєдіяльності та є інтенсивним інструментом соціально-економічного розвитку країни.[3,с.144].

В нинішніх реаліях бізнес-середовища туризм розглядається як підприємницька діяльність, яка здійснюється на професійній основі і спрямована на задоволення різноманітних культурних, духовних, пізнавальних та інших потреб туристів через формування та реалізацію туристичного продукту з метою отримання економічної вигоди. Розвиток підприємництва в туризмі дозволяє відносити туризм до однієї із прибуткових сфер народного господарства.

В Україні сьогодні є всі передумови для розвитку підприємництва в туристичній сфері. Зокрема лише у Київ в 2016 році завітали 1,2 млн осіб, які принесли столиці понад 10 млрд грн. В 2016 році, в порівнянні з попереднім 2015 роком потік українських туристів до столиці збільшився на 20%. У 2015 році столицю відвідали 513 тисяч туристів, від розміщення яких в бюджет міста надійшло 1,9 млрд грн. Слід додати, що за прогнозами тільки від проведення пісенного конкурсу Євробачення-2017 столиця може отримати 600 млн грн. [6].

Окрім того, здійснивши аналіз статистики запитів TripAdvisor слід відзначити тенденцію до зростання зацікавленості вітчизняним туристичним напрямком серед іноземних туристів, враховуючи те, що сервісом TripAdvisor користуються 350 млн відвідувачів щомісяця та залишають 320 млн відгуків про туристичні об'єкти по всьому світу. Зокрема, за останні три роки кількість міжнародних відвідувачів, що цікавляться українським контентом на TripAdvisor, неухильно зростає. Міжнародний трафік користувачів на сторінки українських напрямків в 2014-му зріс на 66%. За даними компанії comScore, в 2015-му зростання запитів, пов'язаних з Україною, в порівнянні з попереднім роком склало 82%. Це дійсно вагомі цифри, які свідчать, що Україна стає все більш цікавою з туристичної точки зору. Найбільше запитів, пов'язаних з Україною, надходить з Росії, США, Великобританії, Німеччини, Туреччини, Італії та Польщі. Ще одна тенденція, про яку свідчить статистика сервісу: в Україні зараз спостерігається підвищений попит на внутрішній туризм, зокрема у 2013 і 2014 роках 33% всіх українських користувачів розглядали локальні напрямки для своїх поїздок. У 2015-му ця цифра становила 50%. Тобто спостерігається зростання частки внутрішнього туризму по країні. Це позитивна тенденція як для внутрішньої економіки, так і для розвитку індустрії гостинності [7].

Враховуючи вище викладене до концептуальних основ розвитку інноваційного підприємництва в туризмі слід віднести:

1. В межах розвитку інноваційної інфраструктури: створення мережі підприємств з метою обміну взаємовигідною інформацією, зокрема:

національного інноваційного центру розвитку туристичної галузі, центру стартап проектів в галузі рекреації та туризму, центру венчурного інвестування туристичної індустрії тощо; розвиток державно - приватного партнерства в туристичній індустрії, системи транснаціонального туристичного виробництва, ділового партнерства в туризмі, консолідації туристичних компаній. Та на цій основі формування співпраці між підприємствами з ціллю підвищення конкурентоспроможності її членів та галузі; створення конгломератів, центрів взаємодії туристичних підприємств з підприємствами інших галузей народного господарства – легкою та харчовою промисловістю, сферою торгівлі та обслуговування, транспорту, зв'язку, фінансово-кредитними та страховими закладами; формування синергетичного взаємозв'язку науки та туристичного бізнесу, плідної співпраці науковців та керівників туристичних компаній в процесі генерації та реалізації інноваційних проектів туристичного розвитку.[1,с.289]

2. В межах реалізації інноваційних туристичних продуктів: розширення сегментів надання додаткових послуг і впровадження альтернативних видів туризму; впровадження нових туристських маршрутів, розробка нового туристичного, ресторанного, рекреаційного, анімаційного, екскурсійного та готельного продукту; використання нових туристських ресурсів; застосування нових способів і методів організації бізнес-процесу; відкриття нових напрямків і ринків збуту; реалізація стартап проектів он-лайн та оффлайн туризму.[5]

3. В межах формування сприятливого підприємницького середовища: зниження бар'єрів для входу на ринок туристичних послуг підприємств малого і середнього бізнесу; зниження ставки оподаткування для малих підприємств, які успішно функціонують на ринку туристичних послуг; державне фінансування інвестиційних проектів у сфері туристично-готельного бізнесу; надання доступних кредитів учасникам туристичного ринку; формування пільгових умови кредитування для малих і середніх підприємств сфери туризму; виділення державних дотацій на розвиток транспортної інфраструктури, що забезпечує ефективне функціонування сфери туризму; розвиток окремих видів туристичної діяльності з огляду на наявний потенціал території; стимулювання підприємств сфери туризму, налагодження комплексної системи обслуговування споживачів; відновлення туристичної інфраструктури у відповідності з світовими стандартами якості.[4]

Отже, туристична індустрія має багато галузевий характер і тісний факторний зв'язок майже з усіма сферами життєдіяльності та є інтенсивним інструментом соціально-економічного розвитку країни. Мале і середнє підприємництво дозволяє сформувати «здорове» конкурентне середовище, забезпечити максимальну зайнятість населення, збільшити виробництво валового національного продукту, сприяє зростанню реальних доходів населення, підвищення якості життя. Таким чином, сучасні умови господарювання диктують необхідність в системному розвитку різноманітних сфер туристичної індустрії, створення особливих умов для розвитку вітчизняного туристського простору, здатного інтегруватись в міжнародний ринок туристичних послуг на базі зростання підприємницької інноваційної активності та конкурентоспроможності. [2,с.178]

Список використаних джерел

1. Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: Монографія. – Одеса: пальміра, 2011. – 344 с.
2. Яковенко Н.В. Малое предпринимательство как фактор развития туристской дестинации в депрессивном регионе (Ивановская область) / Н.В. Яковенко // Современные проблемы сервиса и туризма. – Том 10. – № 1/2016. – с. 247.
3. Маркіна І.А. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери / І.А. Маркіна, В.М. Маховка // Проблеми економіки № 3, 2015. – с.177.
4. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління / Г.О. Горіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/20-2016/12.pdf>.
5. Бобрицька Н.Д. Маркетингове антикризове управління туристичними підприємствами в сучасних умовах / Н.Д. Бобрицька, О.В. Кирилова // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – №5(15), 2014. – С. 41-46.
6. Большой Киев [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://bigkiev.com.ua>.
7. Томас Бангерт Внутренний мир: оптимистичная статистика TripAdvisor об Украине / Журнал FORBES №4, АПРЕЛЬ 2016. . – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://forbes.net.ua/>.

Євгенія ПАЛЕШНИК

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Гугул О.Я.

Тернопільський національний

економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Туристична галузь є невід'ємною частиною світового бізнесу. На міжнародному рівні туристичний бізнес користується популярністю та попитом серед підприємців для вкладання своїх ресурсів. Для багатьох країн світу – це успішний і прибутковий бізнес. Які ж перспективи розвитку даного бізнесу в Україні?

Україна – країна з потенціалом розвитку міжнародного туристичного бізнесу. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік без залучення держави стабільно збільшує обсяги виробництва тур продукту.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою світових ринкових залучень, засобом поповнення державного та місцевих бюджетів, джерелом активного міжнародного співробітництва. Для цього варто переглянути стан туризму в країні, внести потрібні корективи і створити такі умови, які будуть приваблювати бізнесменів міжнародного ринку вести свій бізнес саме в Україні.

Сьогодні Україна має понад 5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на, близько 600 тис. місць, але всі вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, підтримання в