

УДК 338.48

Охота В.І.,
канд. екон. наук, доцент кафедри
міжнародного бізнесу та туризму,
Сагайдак Т.Я.,
стажист-дослідник кафедри
міжнародного бізнесу і туризму
Тернопільського національного економічного університету

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

Постановка проблеми. 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.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемні питання розвитку вітчизняної туристичної індустрії висвітлені у працях багатьох науковців зокрема: Нездоймінової С.Г. [1], Яковенко Н.В. [2], Рожкової Д.Ю. [3], Новикова В.С. [4], Силаева, А.А., Чхиквадзе, Н.А. [5], Колодійчука А.В. [6], Мельниченко С. [7], Маркіної І.А. [8], Горіної Г.О. [9], Бобрицької Н.Д. [10] та інших. У цих працях здійснено наголос на підприємницький та інноваційний вектори розвитку туристичних можливостей країни та її окремих туристичних дестинацій. Проте, на нашу думку, власне концептуальні аспекти розвитку туристичного підприємництва потребують ґрунтовнішого розкриття з метою виявлення можливостей реалізації передових інноваційних рішень у сфері гостинності та туризму.

Постановка завдання. 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.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна теорія підприємництва визначає підприємницьку діяльність як каталізатор соціально-економічного розвитку будь-якого суспільства. З науково-практичної точки зору сучасне підприємництво розглядається як особливий стиль новаторського господарювання, в основі якого лежить пошук нових оптимальних можливостей і орієнтація на інноваційну діяльність. Бурхливий розвиток сфери послуг як основної сфери діяльності зумовив активний розвиток підприємництва в туризмі. Сутність та зміст підприємницького потенціалу туристичної індустрії обумовлені основними теоретичними положеннями підприємництва в сучасній економічній системі. Атрибутом ринкової економіки є підприємництво, яке слід розглядати як форму виробничо-комерційної діяльності в умовах юридично дозволених економічних свобод, спрямовану на генерування прибутку через реалізацію бізнес ініціатив. Загальновідомо, що новаторська компонента - атрибутивна ознака підприємництва, а підприємницька активність на макрорівні виступає каталізатором соціально-економічного розвитку суспільства та основним важелем підвищення економічного добробуту. В умовах ділового середовища підприємництво опирається на інноваційну діяльність, що забезпечує підвищення ефективності та конкурентоспроможності бізнесу, тому і спрямоване на пошук нових ідей, що мають комерційний потенціал, а також створення економічної системи взаємозалежних учасників з метою забезпечення виробничої та комерційної реалізації науково-технічних досягнень.

Здійснивши аналіз теоретичних підходів до підприємництва вітчизняних та зарубіжних вчених, нами було виявлено основні складові підприємницької діяльності, зокрема:

1) Діяльність підприємця, тобто комплекс заходів, спрямованих на створення нових підприємницьких систем, зокрема: купівля обладнання, створення виробничих процесів, залучення співробітників і відкриття нового бізнесу. Відзначимо, що в деяких випадках підприємництво не визначається через створення нової організації, наприклад, підприємець може запатентувати нову ідею або концепцію, а також передати її на аутсорсинг.

2) Використання креативності, інновацій та можливостей. З метою організації діяльності підприємця, необхідно провести аналіз природи підприємницької активності відповідно до тріади: «ресурси, здатності і ринки». Ресурси включають доступ до: фізичного капіталу (земля, будівлі та споруди), фінансового (інвестиції, кредити), нематеріальних ресурсів (інтелектуальна власність або технології). Здібності включають в себе людський і соціальний досвід, необхідний для ефективного використання ресурсів на ринку. В підприємницькому контексті інноваційні здібності припускають пошук взаємозв'язку між «інноваційними» ресурсами і ринковими можливостями. Таким чином, сприйняття і виявлення ринкових можливостей є значущим напрямком підприємництва, оскільки це одна з найважливіших здібностей успішних підприємців.

3) Здійснення діяльності в мінливому і невизначеному середовищі. Підприємницька активність здійснюється в динамічно мінливому навколишньому середовищі і знаходиться під впливом не тільки комерційного середовища (конкуренція, політика держави, галузева структура), а й соціальних, культурних і природних умов, які, як правило, знаходяться поза контролем підприємця і поза впливом конкретних учасників даної галузі. Всю свою діяльність підприємець здійснює на свій страх і ризик в умовах невизначеності.

4) Створення цінності (англ. Value creation). Результатом будь-якої підприємницької активності є створення і отримання цінності, наприклад, стійких конкурентних переваг і прибутку [4].

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 національного господарства. Проте існує низка особливостей ведення туристичної підприємницької діяльності, зокрема:

1. Суб'єкти підприємництва в туризмі в своїй більшості (90%) функціонують у формі малих підприємств і індивідуальних підприємців, що сприяє, з одного боку, розвитку конкуренції на туристичному ринку, а з іншого – ускладнює процеси управління.

2. Діяльність суб'єктів підприємництва на ринку туристичних послуг відрізняється їх функціональним призначенням. Як відомо, туристична індустрія формується з різних напрямків діяльності: транспортне обслуговування, проживання, харчування, екскурсійна та анімаційна діяльність, рекреація, оздоровлення, СПА тощо. Кожен із цих сегментів туристичної індустрії має свої відмінності у веденні підприємницької діяльності, починаючи від форми власності, закінчуючи розміром необхідних інвестицій для початку діяльності.

3. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в туризмі знаходиться в прямій залежності від рівня інфраструктурної забезпеченості території: якості та обсягу послуг з розміщення клієнтів, підприємств харчування, транспортної доступності, наявності та стану визначних об'єктів.

4. Підприємницька діяльність в сфері туризму носить сезонний характер, що обумовлює нерівномірність підприємницької активності. У зв'язку з цим туристські підприємства повинні використовувати в своїй діяльності різні способи нівелювання попиту і пропозиції на послуги.

5. Здійснюючи підприємницьку діяльність, перед туристичними організаціями постає проблема забезпечення якості туристичного продукту, туристичного процесу та ефективного процесу управління туристичним ринком.

Підприємництво в туристичній індустрії формується на договірних та інформаційних взаємовідносинах з контрагентами. Наприклад, діяльність туроператорів передбачає консолідацію зусиль усіх гравців туристичного ринку: транспортних компаній, готелів, закладів харчування, анімаційних та екскурсійних організацій тощо з метою формування комплексного туристичного продукту та позиціонування його на ринку. Без синергетичного співробітництва професійних учасників досить важко вирішувати проблеми якнайповнішого задоволення потреб своїх клієнтів. Відповідно, туризм як система являє собою агрегування учасників, вибірково залучених в підприємницьку діяльність в туристичній сфері, чий взаємодії спрямовані на задоволення потреб клієнтів та ґрунтуються на договірних відносинах, які передбачають взаємовигідну участь у бізнес-процесах. Такий системний підхід до визначення туризму сприяє зниженню ризиків невизначеності операцій, а також забезпечує мінімізацію транзакційних витрат, економію на масштабах виробництва. Однак, при цьому потрібні додаткові зусилля, пов'язані зі створенням, підтримкою, розвитком мережі взаємодії. Зауважимо, що в процесі встановлення договірних відносин професійним учасникам туристичного ринку доводиться зіштовхуватись з особливостями, які пов'язані з організаційними аспектами функціонування самих контрагентів.

Підприємництво в туризмі характеризується обов'язковою наявністю інноваційного моменту, який може бути пов'язаний зі створенням нового турпродукту, впровадженням прогресивних інформаційних технологій в сфері туризму, з використанням нових організаційних форм тощо.

Проведення аналізу міжнародного та вітчизняного досвіду використання інноваційних технологій в сфері туризму довело, що туризм є сферою діяльності, де знаходять успішне застосування

практично всі провідні галузі науки і техніки. Впровадження інноваційних технологій у процес обслуговування туристів є одним із ефективних інструментів підвищення конкурентоспроможності бізнесу в даному сегменті.

До головних внутрішніх умов використання інновацій на туристичних підприємствах слід віднести:

- орієнтація на новизну, тобто зацікавленість в цій новизні;
- втілення ідей в реальність, тобто прагнення і здатність реалізовувати свої ідеї на практиці;
- підприємницький дух: далекоглядність самовдосконалення і готовність йти на ризик, якщо це необхідно;
- адміністративні здатності, що включають знання щодо ефективного використання доступних ресурсів, реальна оцінка ризику і перспектив доходу [4].

В сьогоднішніх реаліях вітчизняний ринок туристичних послуг став дуже різноманітним і пропозиція нерідко випереджає попит, тому багатьом туристичним компаніям стає важко втриматися на ринку послуг і вони змушені йти на інноваційний розвиток, розробляючи індивідуальні тури з урахуванням потреб кожного клієнта. Внаслідок цього виникає поняття «нового туризму». «Новий туризм» часто визначається як тип туризму, сегментований і налаштований на потреби туриста. Сьогодні постачальники мають справу з різноманітністю споживчих переваг. Ринку туристських послуг доводиться стрімко реагувати на зміну настроїв споживачів, пропонуючи їм увазі інноваційні продукти [5, с. 97].

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. У 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 [11].

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 [12].

Враховуючи викладене вище, 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 національного 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.

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.
- 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 умов 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.

Висновки з проведеного дослідження. Отож, туристична індустрія має багатогалузевий 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, підвищенню 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.

Бібліографічний список

1. Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму : монографія / С.Г. Нездоймінов. – 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. – 2016. – Том 10. – № 1. – С. 120-127.
3. Рожкова Д.Ю. Управленческий учет и анализ предпринимательской активности в международном туризме [Электронный ресурс] / Д.Ю. Рожкова. – Режим доступа: https://guu.ru/files/dissertations/2016/10/rozhkova_d_yu/dissertation.pdf
4. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие / В.С. Новиков. – М. : ИЦ "Академия", 2007. – 208 с.
5. Силаева А.А. Маркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью на туристическом рынке / Силаева А.А., Чхиквадзе Н.А. // Проблемы практического менеджмента и маркетинга в сфере сервиса: материалы Всероссийской научно- практической конференции. – М., 2010. – С. 277–284.
6. Колодійчук А.В. Туристичне підприємництво в аграрній сфері як перспективний напрямок диверсифікації сільської економіки України / А.В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2016. – Вип. 26.6. – С. 212-217.
7. Мельниченко С. Франчайзингові мережі туристичних підприємств / С. Мельниченко // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 4. – С. 30-42.
8. Маркіна І.А. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери / І.А. Маркіна, В.М. Маховка // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 135-142.
9. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління [Електронний ресурс] / Г.О. Горіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/20-2016/12.pdf>
10. Бобрицька Н.Д. Маркетингове антикризове управління туристичними підприємствами в сучасних умовах / Н.Д. Бобрицька, О.В. Кирилова // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2014. – № 5(15). – С. 41-46.
11. Большой Киев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bigkiev.com.ua>
12. Томас Бангерт. Внутренний мир: оптимистичная статистика TripAdvisor об Украине [Электронный ресурс] / Журнал Forbes, №4, апрель 2016. – Режим доступа: <http://forbes.net.ua/>

References

1. Nezdoimov, S.H. (2011), *Pidprijemnytskyi vektor rozvytku rehionalnoho turyzmu* [Entrepreneurial vector of development of regional tourism], monograph, Palmira, Odesa, Ukraine, 344 p.

2. Yakovenko, N.V. (2016), "Small business as a factor in the development of tourist destination in the depressed region", *Modern problems of service and tourism*, Vol. 10, no. 1, pp. 120-127.
3. Rozhkova, D.Yu. (2016), "Managerial accounting and analysis of entrepreneurial activity in international tourism", available at: https://guu.ru/files/dissertations/2016/10/rozhkova_d_yu/dissertation.pdf. (access date February 02, 2017).
4. Novikov, V.S. (2007), *Innovatsii v turizme* [Innovations in tourism], tutorial, ITS "Akademiya", Moscow, Russia, 208 p.
5. Silaeva, A.A. (2010), "Marketing as a tool for managing competitiveness in the tourism market", *Problemy prakticheskogo menedzhmenta i marketinga v sfere servisa: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Problems of practical management and marketing in the service sector: materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference], Moscow, Russia, pp. 277-284.
6. Kolodiichuk, A.V. (2016), "Tourism businesses in the agricultural sector as a promising area of diversification of the rural economy Ukraine", *Scientific Herald NLTU Ukraine*, issue 26.6, pp. 212-217.
7. Melnychenko, S. (2015), "Franchise network of tourism enterprises", *Visnyk KNTEU*, no. 4, pp.30-42.
8. Markina, I.A. (2015) "Threats and dangers in the work of tourism companies", *Problems of Economics*, no. 3, pp. 135-142.
9. Horina, H.O. (2016), "The essence and features of typology of tourism enterprises as a business management", *Scientific Journal of International Humanitarian University*, available at: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/20-2016/12.pdf> (access date February 02, 2017).
10. Bobrytska, N.D. and Kyrylova, O.V. (2014) "Marketing tourism enterprises crisis management in modern conditions", *Economy: Realities time*, no. 5 (15), pp. 41-46.
11. Great Kiev, available at: <http://bigkiev.com.ua> (access date February 02, 2017).
12. Thomas Bangert (2016), "The inner world: optimistic statistics TripAdvisor about Ukraine", *FORBES JOURNAL*, no. 4, available at: <http://forbes.net.ua/> (access date February 02, 2017).

Охота В.І., Сагайдак Т.Я. КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

Мета. 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.

Методика дослідження. В процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: монографічний, економіко-статистичного аналізу логічний, стратегічного аналізу для дослідження сучасних умов господарювання, які диктують необхідність в системному розвитку різноманітних сфер туристичної індустрії та для обґрунтування напрямів створення особливих умов щодо розвитку вітчизняного туристського простору, здатного сприяти процесу інтегрування в міжнародний ринок туристичних послуг на базі зростання підприємницької інноваційної активності та конкурентоспроможності.

Результати. Виявлено основні складові підприємницької діяльності. Висвітлено особливості ведення підприємницької діяльності в туристичному бізнесі. Проведено аналіз міжнародного та вітчизняного досвіду використання інноваційних технологій в сфері туризму. Визначено, що туризм є сферою діяльності, де знаходять успішне застосування практично всі провідні галузі науки і техніки. Розкрито концептуальні аспекти розвитку підприємництва у вітчизняній туристичній індустрії, зокрема в межах: розвитку інноваційної інфраструктури; реалізації інноваційних туристичних продуктів: формування сприятливого підприємницького середовища.

Наукова новизна. Науково доведено, що туризм як система являє собою агрегування учасників, вибірково залучених в підприємницьку діяльність в туристичній сфері, чії взаємодії спрямовані на задоволення потреб клієнтів та ґрунтуються на договірних відносинах, які передбачають взаємовигідну участь у бізнес-процесах. Запропоновано концептуальні засади розвитку підприємництва в туризмі в межах системності та синергетичної взаємодії учасників бізнес-процесів.

Практична значущість. Системний синергетичний підхід до формування вітчизняної туристичної індустрії з врахуванням концептуальних засад розвитку підприємництва дозволить знизити ризики невизначеності операцій, забезпечить мінімізацію транзакційних витрат та відповідно підвищить конкурентоспроможність туристичних дестинацій на ринку.

Ключові слова: підприємництво, підприємницька діяльність, туристична індустрія, туристичний ринок, бізнес-середовище, інноваційна діяльність.

Okhota V.I., Sahaidak T.Ya. CONCEPTUAL ASPECTS OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE TOURISM INDUSTRY

Purpose. The purpose of the article is to outline the conceptual aspects of business in the domestic tourist industry in the economic transformation of Ukraine, given that the tourism sector has diversified nature and close communication factor with almost all spheres of life and is a heavy instrument of socio-economic development.

Methodology of research. General scientific and special methods are used during the study: monographic, economic and statistical analysis, logical, strategic analysis for research of modern conditions for business, that dictate the need for a systematic development of various sectors of the tourism industry, creating special conditions for the development of domestic tourism space, able to integrate into the international tourism market growth based on entrepreneurial innovation activity and competitiveness.

Findings. By carrying out an analysis of theoretical approaches to entrepreneurship domestic and foreign scientists was a discovered basic component of business activity. The peculiarities of doing of entrepreneurial activity in the tourism business are highlighted. Analyzed the international and domestic experience in using the innovative technologies in tourism has proved that tourism is a sphere of activity which are successful use almost all the leading science and technology. After analyzing the current realities of doing business travel revealed conceptual aspects of business development in the domestic tourism industry, in particular in the range: the development of innovation infrastructure; implementation of innovative tourism products, creating a favorable business environment.

Originality. It is scientifically proved that tourism is the system with aggregation members selectively engaged in business activities in the tourism sector, whose interactions focused on customer satisfaction and based on contractual relationships, which provide mutually participate in business processes. The conceptual foundations of business tourism within systematic and synergetic interaction of business processes are proposed.

Practical value. System synergistic approach to the domestic tourism industry considering conceptual foundations of business will reduce the risks of uncertainty operations provide minimizing transaction costs and correspondingly increase the competitiveness of tourist destinations in the market.

Key words: business, business activity, tourism industry, tourism market, business environment, innovation.

Охота В.И., Сагайдак Т.Я. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Цель. Раскрытие концептуальных аспектов развития предпринимательства в отечественной туристической индустрии в условиях трансформации экономики Украины, учитывая то, что туристическая сфера имеет многоотраслевой характер и тесную факторную связь почти со всеми сферами жизнедеятельности и является интенсивным инструментом социально-экономического развития страны.

Методика исследования. В процессе исследования использованы общенаучные и специальные методы: монографический, экономико-статистического анализа, логический, стратегического анализа для исследования современных условиях хозяйствования, которые диктуют необходимость в системном развитии различных сфер туристической индустрии, создание особых условий для развития отечественного туристского пространства, способного интегрироваться в международный рынок туристических услуг на базе роста предпринимательской инновационной активности и конкурентоспособности.

Результаты. Выявлены основные составляющие предпринимательской деятельности. Освещены особенности ведения предпринимательской деятельности в туристическом бизнесе. Проведен анализ международного и отечественного опыта использования инновационных технологий в сфере туризма. Установлено, что туризм является сферой деятельности, где находят успешное применение практически все ведущие отрасли науки и техники. Раскрыто концептуальные аспекты развития предпринимательства в отечественной туристической индустрии, в частности в пределах: развития инновационной инфраструктуры; реализации инновационных туристских продуктов: формирования благоприятной предпринимательской среды.

Научная новизна. Научно доказано, что туризм как система представляет собой агрегирование участников, избирательно вовлеченных в предпринимательскую деятельность в туристической сфере, чьи взаимодействия направлены на удовлетворение потребностей клиентов и основываются на договорных отношениях, предусматривающих взаимовыгодное участие в бизнес-процессах. Предложены концептуальные основы развития предпринимательства в туризме в пределах системности и синергетического взаимодействия участников бизнес-процессов.

Практическая значимость. Системный синергетический подход к формированию отечественной туристической индустрии с учетом концептуальных основ развития предпринимательства позволит снизить риски неопределенности операций, обеспечит минимизацию транзакционных издержек и соответственно повысит конкурентоспособность туристических дестинаций на рынке.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская деятельность, туристическая индустрия, туристический рынок, бизнес-среда, инновационная деятельность.