

Процеси економічної трансформації України за часів незалежності не привели до очікуваного економічного зростання і подолання економічної та технологічної відсталості від розвинених країн. На нашу думку, вирішенням вказаної проблеми в умовах обмеженості матеріальних, фінансових, часових та трудових ресурсів є підвищення конкурентоспроможності, модернізація економіки країни, а також поступовий її перехід на інноваційний шлях розвитку.

Список використаних джерел:

1. Пашенко О. П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О. П. Пашенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 2. – Т. 2. – С. 99–103.
2. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі / О. В. Раєвнева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
3. Тищенко О. М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія ; за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенка. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
4. Харченко В. А. Особливості застосування системного підходу до управління підприємством / В. А. Харченко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Зб. наук праць. – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2012. – Вип. 1. – Т. 2. – С. 242–246.
5. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Вип. 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.

Власов Є. І., к. і. н. Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
(на прикладі індустріального туризму)**

Туристичний бізнес є досить гнучкою сферою діяльності, на яку впливають тенденції сучасного розвитку суспільства. Напрями та обсяги туристичних потоків залежать від побажань споживачів туристичного продукту. Глобалізаційні процеси в світі призвели до значного збільшення кількості напрямів діяльності підприємств сфери туристичних послуг. Саме тому на противагу класичному туризму почали виникати альтернативні напрями: індустріальний, темний, космічний, мілітарі (воєнний), гастрономічний та інші види турів.

В умовах розвитку суспільства туристичним підприємствам слід адаптуватись до глобалізаційних процесів та урізноманітнювати ринок послуг унікальними турами, що допоможе поліпшити свій конкурентний стан на туристичному ринку [1].

Саме такими турами можуть стати нетрадиційні види туризму. Альтернативні види туристичної діяльності можуть вдало доповнити туристичний пакет агенції або фірми. Також до суттєвих переваг слід віднести те, що в сегменті нетрадиційних туристичних послуг суттєво нижча конкуренція, ніж на ринку традиційного туризму.

Індустріальний туризм має спільні риси з пізнавальною туристичною діяльністю, але слід відрізнити «індустріальний» від «індустріально-пізнавального». Пізнавальний аспект даної галузі виникає тоді, коли об'єкти індустріальної екскурсії дають змогу туристам отримати певний досвід, тобто припускає екскурсію, як обов'язкову частину офіційної програми навчання. Індустріальний туризм може виникнути випадково та не входить до складу структурованої програми навчання [2]. Популяризації індустріального туризму сприяє гнучкість даного виду подорожей. Індустріальні тури використовуються не лише як культурно-пізнавальний вид туристичної діяльності, а й як діловий туризм. Останнім часом багато дослідників асоціюють поняття «діловий туризм» та «індустріальний». Отже індустріальний туризм в якості ділового туру виступає в тому випадку, коли відвідуються виставки або ярмарки під час бізнес-поїздки. Під час перебування екскурсантів на підприємствах в них з'являється можливість оглянути вироблену продукцію, а також вони мають змогу спостерігати за процесом виробництва.

Особливу увагу слід звернути на проблеми розвитку даного виду туристичної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1. Основні проблеми розвитку індустріального туризму *

Проблема	Шляхи подолання
Є наявними проблеми, пов'язані з ліцензуванням організацій, що займаються просуванням індустріального туризму	Створення та прийняття Програми розвитку індустріального туризму в країні та в окремих індустріальних регіонах, спрощення податкової політики. Залучення центральних та місцевих туристичних адміністрацій до процесу вирішення проблем розвитку індустріального туризму
Відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів	Проведення маркетингових досліджень, розробка пакету рекламно-інформаційних матеріалів з інформацією про об'єкти індустріального туризму, умови проживання, надані послуги, туристичні можливості регіону тощо
Незацікавленість і необізнаність місцевої влади та керівництва	Проведення семінарів з індустріального туризму, присвячених принципам організації, методам і системам управління, створення проєктів діяльності з організації послуг індустріального туризму. Надання індустріальним підприємствам певних преференцій за умови розвитку на їх базі індустріального туризму
Відсутність спеціалізованих туроператорів, гідів та екскурсоловів	Розробка семінарів і курсів з підготовки кадрів туроператорів та екскурсоловів у галузі індустріального туризму

* Складено авторами за даними [3].

Індустріальні тури можуть стати важливою інноваційною складовою розвитку туристичних підприємств, тим самим залишаючи їх цікавими для споживачів. Тому такі нетрадиційні види туристичної діяльності мають детально вивчатись на теоретичному рівні та впроваджуватись в практичну діяльність підприємств. Важливо зазначити, що особливу увагу слід приділити вивченню маркетингової складової даних видів діяльності, яка повинна адаптувати нетрадиційний туризм для широкого кола споживачів.

Як висновок слід відзначити, що інноваційним вектором розвитку підприємств туризму може стати вдале використання індустріального потенціалу регіону. Особливу увагу необхідно звернути на маркетинг та просування цього специфічного товару на ринку туристичних послуг. Індустріальний туризм має суттєвий потенціал розвитку в багатьох країнах світу та завдяки своїй доступності та гнучкості може стати важелем інноваційного розвитку для туристичних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Сливенко В. А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств [Електронний ресурс] / В. А. Сливенко, А. О. Єрмакова// Ефективна економіка. – 2018. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
2. Свірідова Н. Д. Індустріальний туризм: теоретичні / Н. Д. Свірідова// Географія та туризм. – Серія: Географія рекреації та туризму: теоретичні та практичні питання. – 2010. – С. 8.
3. Сардак С.Е. Розвиток індустріального туризму в Європі / С. Е. Сардак, Є. І. Власов // Економіка і суспільство. – 2018. – Вип. 19. – С. 81.

К. е. н. Воробйова Н. П., к. е. н. Коваленко О. М., Вінічук І. М.

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна)

КУЛЬТУРНИЙ КАПІТАЛ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Усвідомлення того, що економіка вимірюється культурою, а культура вимірюється економікою прийшло до країн Західної Європи в кінці минулого століття, коли почався розвиток підприємницької діяльності в культурі. Розуміння того, що основною метою економічного розвитку є створення культурних цінностей і що культура виступає головним рушієм і показником економічних змін з'явилося в середині та наприкінці 90-х років минулого століття. «Безперечно, економічна діяльність сама по собі не є метою, але має цінність тільки тоді, коли сприяє людському щастю». Ці слова належать не