

АСПЕКТИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Мейта В.І., Шульга Т.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Економіка нашої держави знаходиться в дуже скрутному становищі. Розбудова в Україні туристичної галузі, яка б успішно інтегрувалася до міжнародних туристичних взаємовідносини, є одним з провідних напрямів структурної перебудови економіки країни. Саме тому тема, що розглядається авторами цієї статті є актуальною.

Стратегії виходу українських підприємств на зовнішні ринки були розглянуті у працях Ложачевської О.М, Любіцевої О.О., Соколенко С.І. Але у працях не була в повній мірі врахована специфіка виходу на зовнішній ринок саме туристичних підприємств. Автори даної доповіді планують розширити та доповнити аспекти виходу українських туристичних підприємств на зовнішній ринок.

Туристична галузь є важливим чинником активізації міжнародного співробітництва, стабільного й динамічного збільшення валютних надходжень, істотного позитивного впливу на економічну ситуацію у багатьох галузях господарства (наприклад, транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо), підвищення рівня зайнятості населення, збереження екологічної рівноваги та ін.

Успішний вихід України на зовнішні ринки туристичних послуг можливий лише за умови одночасного існування державного та приватного секторів, державних, колективних та змішаних туристичних підприємств, приватних фірм. Тісні взаємозв'язки між туристичною та іншими галузями економіки, у свою чергу, передбачають заохочення створення багатогалузевих корпоративних систем туристичної діяльності, транспорту і зв'язку, торгівлі, банківської та страхової справи, спроможних забезпечити якісний прийом і комплексне обслуговування іноземних туристів.

Пошук шляхів досягнення успіху на зовнішніх ринках, як відмічають спеціалісти, показує, що в умовах глобалізації найперспективнішим є «розширення використання інновацій шляхом створення в країні, регіоні, на підприємстві системи творчої розробки і подальшої комерціалізації нових ідей». При цьому інноваційна стратегія буде успішною, якщо вона доповнюється наданням високоякісних послуг, індивідуалізацією роботи із споживачами, застосуванням ґрунтовних маркетингових досліджень.