

(проект). URL: <https://www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine/417257>.

2. Зелена книга соціального підприємництва в Україні. URL: <https://drive.google.com/file/d/1ujmBuxtH-rAw5bIdhPZoR1UoHKyMjQko/view>.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

*Соколова Л.В., старший викладач
ЗВО «Міжнародний університет бізнесу і права», м. Херсон*

Підприємництво є необхідною умовою для забезпечення соціально-економічної стабільності та динамічного розвитку країни. Підприємницька діяльність в сфері туризму, яка інтенсивно нарощує свою роль і місце у створенні національного валового продукту більшості розвинутих країн світу, все частіше перетворюється в динамічний сектор економіки.

Надання туристичних послуг є об'єктом підприємницької діяльності всіх суб'єктів туристичної індустрії. Мета підприємництва в туризмі полягає в отриманні прибутку від надання споживачеві, яким виступає турист, комплексного туристичного продукту, що включає в себе розробку маршрутів, формування туристичних потоків за обраними маршрутами, забезпечення перевезення та розміщення туристів, організації екскурсій, надання інших пов'язаних з подорожами послуг.

Учасниками відносин пов'язаних з підприємництвом в туризмі виступають, з одного боку – фізичні та юридичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги та здійснюють посередницьку діяльність із надання основних та супутніх послуг; з іншого – туристи (екскурсанти, відвідувачі), якими можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

До суб'єктів підприємництва в туризмі відносять туристичних операторів, туристичних агентів, інших суб'єктів, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг, сукупність яких формує туристичну інфраструктуру.

Згідно із Законом України «Про туризм» [1]: 1) Туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність; 2) Туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

Нездоймінов В.Г. [2] до основних функції підприємницької діяльності в туризмі відносить: 1) Інноваційну – генерування сучасних технологій, новаторських ідей, бізнес-проектів для формування конкурентоздатного продукту; 2) Бізнесову – уміння ризикувати в турбізнесі; 3) Технологічну – дотримання технологій розробки, просування й продаж турпродукту на ринку; 4) Ресурсну – формування й ефективне використання власного та позичкового капіталу, туристичних, інформаційних та людських ресурсів; 5) Організаційно-супровідну – практична організація виробництва турпослуг, маркетингу, продажу, реклами, фінансового та податкового планування власного бізнесу; 6) Якісного сервісу – розробка заходів щодо залучення та розширення клієнтської мережі споживачів турпослуг, контролю якості послуг туристичного споживання; 7) Соціальну – забезпечення економічних інтересів найманого персоналу; 8) Формування гудвілу – прирощення нематеріальних активів за рахунок власної підприємницької концепції ведення турбізнесу, ділової репутації підприємства чи підприємця.

Загальноприйнята класифікація підприємницької діяльності із виділенням продуктивного (виробничого), комерційного, фінансового та консультативного видів підприємництва при застосуванні до сфери туризму потребує уточнення через особливості туристичних послуг, характерними рисами яких є:

1. Невідчутність – нематеріальний характер туристичної послуги свідчить про неможливість її продемонструвати, побачити, спробувати та оцінити до моменту отримання;

2. Нерозривність виробництва і споживання – надати туристичну послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення або з'являється клієнт;

3. Мінливість якості – якість туристичної послуги залежить від того хто, де, і коли її надає; на якість впливає як професіоналізм зі сторони працівника сфери туризму так і особливості споживача, його унікальність, що вимагає високого ступеня індивідуалізації послуги до вимог туриста;

4. Нездатність до зберігання – туристична послуга не може бути накопичена та збережена для продажу у майбутньому, якщо потужності з надання послуги перевищують попит то втрачається прибуток.

Враховуючи вищенаведені особливості туристичних послуг, підприємницька діяльність в сфері туризму лише умовно може бути віднесена до певного виду підприємництва. Так до продуктивного підприємництва можна віднести як діяльність готелів, ресторанів, перевізників, екскурсійних бюро та інших суб'єктів підприємництва, які безпосередньо створюють туристичний продукт, так і діяльність туроператорів, яка спрямовується на організаційну підготовку туристичного продукту, часткове виробництво і просування до споживачів. Виконання турагентами функцій посередників та продавців туристичних турів потребує також від них додаткового виконання страхування та консультування і утворює змішаний вид підприємницької діяльності.

Література:

1. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 31.10.2020).

2. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АСПЕКТУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ

*Терешко Ю.В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова
Кузьмиченко Н.І., магістрант*

З кожним роком зростає інтерес до дослідження економічного аспекту інформаційної безпеки, оскільки підприємства телекомунікаційної сфери змушені функціонувати та розвиватись в швидко мінливих умовах сучасного глобального світу, обумовлених загальною цифровізацією, широким застосуванням цифрових технологій, виконанням операцій з різного роду даними, що створює певні ризики для подальшого розвитку. Метою дослідження є формування адекватного уявлення і систематизація проблем забезпечення економічної складової системи інформаційної безпеки телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації економіки. Питання цифровізації різних сфер життєдіяльності вітчизняних регіонів, ефективного використання інструментів цифрового управління, просування цифрових продуктів і послуг, є актуальними і для телекомунікаційних підприємств, що діють в умовах нових викликів з боку зовнішнього і внутрішнього середовища, глобальних технологічних, економічних і соціальних змін. Бізнес-структури, органи державного і муніципального управління починають більш активно використовувати цифрові технології, застосовувати digital-стратегії і digital-платформи, що надають клієнтам можливості використання різних сервісів, що дозволяють здійснювати цифрове обслуговування через максимально зручні канали доступу. В результаті в регіональному середовищі починає формуватися своєрідне digital-простір, який обумовлює загострення проблеми інформаційної, економічної, суспільної безпеки, зростання стратегічних ризиків і загроз. У цих умовах для забезпечення безпеки функціонування та розвитку телекомунікаційних підприємств на етапі їх цифровізації необхідні значні зміни: технологічні, інфраструктурні, організаційні та ін.

Ці зміни стосуватимуться, в першу чергу, змін в законодавстві, цифровізації сфери послуг, створення потужних програмно-технічних комплексів інформаційної безпеки поряд зі створенням середовища для розвитку цифрового бізнесу, формуванням цифровий інфраструктури, цифрової культури населення, бізнесу і влади. Тобто, «великі виклики», інтенсивний