

СУЧАСНІ ФОРМИ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Самченко Ю.В., гр. Т-42

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Карпенко Ю.В.**
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасному світі туристична індустрія стала однією з провідних сфер економіки, що динамічно розвивається. В умовах сучасних глобалізаційних процесів, поширення нових інноваційних технологій і стрімкого зростання конкуренції основним завданням діяльності суб'єктів туристичного бізнесу стає створення конкурентних переваг та пошук нових шляхів розвитку підприємств. Проблематика вирішення даного завдання тільки за рахунок внутрішніх ресурсів, призводить до розповсюдження різноманітних форм партнерських зв'язків. Нині в туристичному бізнесі поширеними формами партнерських відносин стали кооперації, стратегічні альянси та франчайзинг. Об'єднання в кооперації дає можливість туристичним агенціям об'єднати зусилля перед новими вимогами ринку. Співпраця може відбуватися у сферах: закупівлі, управління, виробництва, маркетингу, збуту з метою розширення збутової мережі, фінансування. Стратегічні альянси також є об'єднанням незалежних підприємств, проте їх метою є не лише економія витрат та збільшення обсягів збуту, а й формування та досягнення спільних стратегічних цілей щодо прибутку, зростання, збільшення частки ринку, створення довготермінових конкурентних переваг. Франчайзинг є досить поширеною та ефективною стратегією збуту багатьох підприємств світу, зокрема у готельній сфері.

Крім того, однією з форм співпраці в туризмі є кластери. В Європі впроваджують кластерну модель організації туризму: Італія, Франція, Норвегія. В Україні також є певний досвід розвитку кластерних ініціатив, що свідчить про формування сучасних партнерських відносин в туристичній індустрії. Наявні значні перспективи для розвитку кластерів сільського зеленого туризму в Карпатському регіоні. Також існують умови для цього на території Поділля, Полтавщини, де вже функціонує туристичний кластер «Гоголівські місця Полтавщини».

Таким чином, розвиток партнерських відносин у туристичній сфері є запорукою багатьох конкурентних переваг підприємств туристичного бізнесу в умовах глобалізації.