

– гнучкість і адаптивність організаційно-управлінських структур – можливість для бізнесменів і персоналу працювати віддалено, самостійно організовувати час і простір, можливість створювати віртуальні підприємства.

Ураховуючи отримані результати досліджень та запропоновані принципи, ТОВ «УТЕС» було розроблено електронний майданчик «Електронну торгову систему» (ЕТС) [3], який дозволяє продавцям деревини здійснювати прозорі електронні торги з продажу необробленої деревини на основі аукціону.

За умови проведення торгів із використанням ЕТС їх кількість збільшилася від одного разу на тиждень у 2016 р. до декількох на день у 2018 р. Зараз торги проводяться на електронних майданчиках до шести разів на день.

Таким чином, запровадження ЕТС, що основана на принципах прозорості та ефективності, сприяло збільшенню обсягів торгівлі необробленою деревиною.

Список джерел інформації

1. Шипуліна Ю.С., Смоляр Ю.Ю. Непрозорість при реалізації необробленої деревини на біржах та пропозиції щодо її подолання. *Економічні проблеми сталого розвитку*: матеріали Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, 21–25 квітня 2017 р. Суми: СумДУ, 2017. С. 341–342.

2. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Смоляр Ю.Ю. Цифрові технології як засіб підвищення ефективності і прозорості біржової торгівлі деревиною. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 3. Режим доступу: <http://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/issue/archive>

3. Пат. України на корисну модель UA 126015 U, G06Q 30/00. Спосіб автоматизованого здійснення закупівлі і продажу товарів та послуг / Д.М. Маландій, Ю.Ю. Смоляр, О.О. Головка. № u201802418; заявл. 12.03.2018; опубл. 25.05.2018. Бюл. № 10/2018.

Р.Р. Значек, канд. техн. наук (*ОНАХТ, Одеса*)

М.Р. Мардар, д-р техн. наук, проф. (*ОНАХТ, Одеса*)

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Туризм є одним із видів економічної діяльності, для якого характерний стрімкий і динамічний розвиток. У ринкових умовах він перетворюється на значиму галузь світової економіки. Індустрія туризму, темпи зростання якої значно перевищують

середньоекономічні показники, є складною системою. Її розвиток сприяє підвищенню рівня життя населення, широкому впровадженню інформаційних і інших прогресивних технологій, зростанню об'єму послуг транспорту, громадського харчування, сфери розваг, забезпечує збереження і відновлення пам'ятників історії, архітектури, культури.

В умовах сучасного ринку туризму головною метою туристської компанії є вміння втриматися при жорсткій конкуренції, а так само залучення своєю діяльністю більшої кількості нових туристів. Це стає можливим тільки завдяки інноваціям, упровадження яких дасть можливість туристичним компаніям забезпечити їх стабільне існування. Необхідно відмітити, що ефективність від впровадження інновацій проявляється як в економічній, так і в соціальній сфері. У соціальній сфері – шляхом збільшення доходів підвищується рівень і якість життя. Економічна ефективність нового турпродукта залежить від отриманого прибутку його розробників за вирахуванням витрат на його впровадження.

В Україні туристичний бізнес не досяг такого розмаху, як за кордоном. Основні причини – нестабільність економіки, відсутність крупних інвестицій, як з боку держави, так і частого капіталу, нерозвинена інфраструктура, а так само слабке впровадження нових форм, методів і технологій роботи на туристичних підприємствах. Інновації в туризмі як один з найважливіших факторів підвищення рівня соціально-економічного розвитку України – це впровадження, введення досягнень науки, передового досвіду в областях управління, організації праці, технологій. Туризм – одна з найважливіших галузей економіки будь-якої країни. У багатьох державах він входить в число основних джерел доходу. Сфера туризму впливає на будь-який континент, державу або місто, оскільки туризм є міжгалузеву сферою економіки, яка охоплює не тільки засоби розміщення, а й транспорт, зв'язок і багато іншого.

На сьогодні навіть країни з давніми традиціями в туризмі стикаються з гострою необхідністю впровадження нових підходів. Галузь у цілому і туристичні підприємства зокрема перебувають під величезним тиском конкурентної боротьби. Навіть традиційні ринки вступили в конкуренцію з тими, що знову відкриваються для туристів. За останні роки у туристичній галузі України сталося багато змін, в основному негативних. До них можна віднести: політичну нестабільність і проведення Антитерористичної операції в східних регіонах (АТО); фінансування галузі за залишковим принципом; низький рівень мотивації суб'єктів туристичної діяльності з боку держави та ін. Туристична галузь України зараз розвивається в умовах кризи. Через нестійку військово-політичну ситуацію в країні особливо страждає в'їзний туризм. У 2015 році кількість іноземних громадян,

що приїжджають в Україну, зменшилася удвічі, практично досягнувши мінімуму за 25 років незалежності країни. Через це індустрія гостинності зазнає величезних збитків і фактично опинилася на межі виживання.

Однією з головних причин низького туристичного потоку в Україну є низький рівень інформаційної підтримки туристів про наявний туристський потенціал країни. Вирішення цієї проблеми можливе за рахунок проведення таких заходів:

- розміщення соціальної реклами про туризм в Україні на телебаченні, в інтернет-джерелах й інших засобах масової інформації. Також використовувати засоби зовнішньої реклами, проводити прес-тури та забезпечувати безперерйну роботу інформаційних центрів і пунктів;

- повинен бути створений конкурентоспроможний контент (наповнені інформаційні ресурси про країну);

- проведення та організація міжнародних, національних і міжрегіональних туристських форумів, виставок.

Таким чином, лише шляхом створення конкурентоспроможного туристичного продукту і відповідної інфраструктури, а також завдяки вдалому представленню місцевого туристичного продукту можливо забезпечити необхідний приплив туристів, капіталу, вивести державу на новий рівень у світовій спільноті.

К.В. Костянчук, асп. (НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», Київ)

О.В. Зозульов, канд. екон. наук, проф. (НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», Київ)

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ РОЗРОБОК

Комерціалізація науково-технічної продукції інноваційного характеру передбачає трансформацію її потенціалу у конкурентну перевагу, яку забезпечує адаптація товару до потреб цільового ринку. Процес комерціалізації потребує перш за все чіткого розуміння відмінних особливостей та специфіки науково-технічної розробки як елементу ринкового механізму, що пов'язано з наявністю таких ризиків: 1) *Незрілість технології, як способу задоволення потреби споживача.* Цей ризик обумовлено неузгодженням технології задоволення потреб споживачів із наявними патернами поведінки. 2) *Незрілість технології виробництва.* Залежно від ступеня готовності науково-технічної розробки розрізняють такі її форми: науково-