



КРАВЧЕНКО Т. І.

аспірантка кафедри Менеджменту та економіки
Національної академії керівних кадрів культури і
мистецтв

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ
ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Анотація. Сьогодні висувається питання про сталий розвиток індустрії туризму, тобто розвиток рекреаційно-туристичного господарства певної території чи країни в такий спосіб і в таких обсягах, які дозволяють підтримувати збереження довкілля у незміненому вигляді. Традиційні методи господарювання в індустрії туризму і взагалі в масовому туризмі не зовсім відповідають вимогам сталого розвитку. Пошук оптимальніших і дружніх до навколишнього природного середовища шляхів розвитку індустрії туризму призвів до появи таких понять, як зелений, природний, природноорієнтований, сільський та інші види. Всі вони об'єднуються під дахом альтернативного туризму як своєрідна антитеза традиційному туризму. В статті розглядаються основні напрями формування ринку туристичних послуг, визначено економічну суть поняття факторів розвитку туризму, розглядаються особливості розвитку ринку туристичних послуг під впливом різних видів факторів.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, туристичний продукт, турист, туристський попит, туристична пропозиція, сфера туризму, туристсько-

Т.И. КРАВЧЕНКО

аспирантка кафедри менеджмента и экономики
Национальной академии руководящих кадров
культуры и искусств

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ УСЛУГ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

***Аннотация.** Сегодня выдвигается вопрос об устойчивом развитии индустрии туризма, то есть развитие рекреационно-туристического хозяйства определенной территории или страны таким образом и в таких объемах, которые позволяют поддерживать сохранение окружающей среды в неизменном виде. Традиционные методы хозяйствования в индустрии туризма и вообще в массовом туризме не совсем соответствуют требованиям устойчивого развития. Поиск оптимальных и дружественных окружающей среды путей развития индустрии туризма привел к появлению таких понятий, как зеленый, природный, природноориентований, сельский и другие виды. Все они объединяются под крышей альтернативного туризма как своеобразная антитеза традиционном туризму..В статье рассматриваются основные направления формирования рынка туристических услуг, определена экономическая сущность понятия факторов развития туризма, рассматриваются особенности развития рынка туристических услуг под влиянием различных видов факторов.*

***Ключевые слова:** рынок туристических услуг, туристский продукт, турист, туристический спрос, туристическое предложение, сфера туризма, туристско-экскурсионные услуги, иностранный туризм, инвестиции, туристический потенциал.*

T.I. KRAVCHENKO

graduate student of the Department of Management and
Economics
National Academy of Culture and Arts

TRENDS AND DIRECTIONS OF FORMATION SERVICES BUSINESS TRAVEL

***Abstract.** Today is pushing the issue of sustainable development of the tourism industry, ie the development of recreational and tourist economy of a country or territory in such a way and in such volumes that allow you to maintain environmental unchanged. Traditional methods of management in the tourism industry in general and in mass tourism does not meet the requirements of sustainable development. Search more optimal and friendly to the environment of the ways the tourism industry has led to the emergence of concepts such as green, natural, pryodnooriyentovanyy, rural and other species. All are united under the umbrella of alternative tourism as a kind of antithesis of the traditional*

turyzmu..V article the basic directions of formation of the tourist market, defined the essence of the concept of economic factors in the development of tourism, the features of the tourist market influenced by different types of factors.

Keywords: *tourism market, tourism product, tourist, tourism demand, tourism supply, tourism, tourist-excursion services, foreign tourism, investment, tourism potential.*

Постановка проблеми. В останні роки все більшого значення набуває туризм в житті світового суспільства. Туризм упродовж усієї історії свого економічного існування переконливо утримує репутацію специфічної сфери, яка динамічно розвивається у складі галузей обслуговування і посідає все більш помітне місце в світовій економіці і за показником швидкості обігу капіталу, кількістю зайнятих, обсягом експорту послуг, в якості джерела доходів для національних бюджетів [3].

Прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації щодо розвитку туризму у світі повною мірою стосуються України. Адже вона має надзвичайно вигідне географічне та геополітичне розташування, розвинену транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, населена працелюбним і гостинним народом. Забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за умови чіткої організації туристичної діяльності, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази, залучення досвідчених і кваліфікованих кадрів, тобто за умови правильної організації та ефективного управління туризмом [5]. З метою перетворення України в туристичну державу світового рівня необхідно забезпечити чітку організацію самого туризму, створити і зміцнити матеріально-технічну базу, залучити до неї досвідчені та кваліфіковані кадри. Держава має сприяти розвитку туризму, раціональному використанню та збереженню туристичних ресурсів.

Сьогодні туризм став самостійною галуззю господарства, майже 6% світового валового національного продукту, 5% усіх податкових зборів та 7% світових інвестицій.

Розвиток туристичної галузі сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури, будівництву нових туристичних об'єктів, посиленню охорони та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток. У багатьох країнах світу туризм став важливим джерелом доходів бюджету, розбудова рекреаційно-туристичної галузі та посилення її впливу на економічний розвиток стали одним із пріоритетних напрямків розвитку світового господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій сфери туризму засвідчив про значний інтерес науковців різних галузей до цієї проблематики. Зокрема, серед українських дослідників цими питаннями займалися О.Любіцевої, В.Куценко, В.Пуцентейло, Ю.Забалдіної, Т.Сокол, Н.Чорненької, В.Киפקя, О.Зар уцької та інших. В своїх працях науковці приділяють увагу методології розробки і реалізації

державної та регіональної туристичної політики, визначають економічні та організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму, передумови виникнення та принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, класифікації їх форм і видів, плануванню фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної сфери, прогнозуванню розвитку регіонального ринку туристичних послуг, механізму економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території.

Метою статті є дослідження основних напрямів формування ринку туристичних послуг та його розвитку під впливом різних видів факторів.

Викладення основного матеріалу. Ринок туристичних послуг - це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі. Ринок туристичних послуг визначається як туристичний регіон, країна, система, в якій здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг в гроші і зворотного перетворення грошових потоків на туристсько-екскурсійні послуги. Також ринок туристичних послуг можна визначити як сукупність споживачів туристського продукту, які мають кошти купити його сьогодні або завтра [6]. При вивченні напрямів формування ринку всфері туризму необхідно враховувати специфіку функціонування ринку туристичних послуг.

У багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, валовий національний дохід складає 20–45 %, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та ін. Цей бізнес приваблює підприємців із багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності й мінімальний термінокупності витрат.

Суть ринку туристичних послуг можна розкрити через функції, які він виконує, та надавши характеристику основним його ознакам. Сучасний туристський ринок виконує наступні специфічні функції:

- функція реалізації вартості і споживної вартості, туристського продукту;
- функція організації процесу доведення туристського продукту до споживача (туриста);
- функція узгодження виробництва і споживання туристичного продукту;
- підтримка балансу попиту і пропозиції на туристичний продукт;
- встановлення ціннісних еквівалентів для обміну туристичним продуктом;
- стимулювання ефективності виробництва туристичного продукту і спонукання виробників до створення необхідного туристичного продукту з найменшими затратами;
- диференціації туроператорів, турагентів і їх контрагентів відповідно до їх ефективності;
- стимулююча, сутність якої полягає в тому, що ринок має виробляти саме ті товари та послуги, які потрібні споживачам [7].

Ринок туристичних послуг характеризується наступними ознаками:

1. Основним предметом купівлі-продажу є послуги. Туристські послуги невідчутні. Важливе значення має надійність продукту, гарантії обіцяного рівня і якості, також вичерпна інформація про споживчі властивості туру. Від цього залежить довіра до фірми з боку клієнта і її стійкість на ринку.

2. При реалізації туристського продукту є розрив в часі між придбанням продукту і його споживанням, тому важливі чіткість і надійність каналів просування туристського продукту і відповідальність фірми, що реалізовує продукт.

3. На туристському ринку є територіальна роз'єднаність між споживачем і виробником, тому важливим є встановлення оперативних зв'язків з віддаленими партнерами.

4. Якість продукту більшою мірою залежить від конкретних виконавців.

5. На туристський попит впливають сезонні коливання і нерівномірність туристського потоку. Зменшення цих негативних явищ можливе при застосуванні методу диференціації цін на елементи обслуговування по сезону, а також через зниження ємкості перевезень туристів.

6. Окрім покупця і продавця в механізм туристського ринку включається величезна кількість посередницьких ланок.

Розвиток туризму в цілому залежить від комплексу умов: природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві і факторів, які їх визначають.

Визначальними є внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Серед них – природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств та установ; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя в суспільстві, освітній та культурний рівень населення.

З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на фактори залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни).

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні. Статичні мають незмінне в часі значення (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори). До динамічних факторів відносяться:

- демографічні (загальне зростання народонаселення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів, зміна вікової структури);

- соціальні (зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно

приймають участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня, збільшення числа працюючих жінок і збільшення доходу на кожну родину (домогосподарство), зростання частки самотніх людей, тенденція до більш пізнього шлюбу і створення родини, надзвичайно швидке зростання числа бездітних пар у складі населення, зменшення імміграційних обмежень, більш ранній вихід на пенсію, зростання усвідомлення туристських можливостей.);

- економічні (полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних);

- культурні (зрос тання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями);

- науково-технічний прогрес (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму);

- міжнародні фактори (пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу).

На глобальному рівні в світі спостерігається сполучення двох напрямків розвитку ринку туристичних послуг:

- 1) інтенсивний (розвиток індустрії туризму “вглиб”), спрямований на урізноманітнення пропозиції на ринках всіх рівнів і відповідними провідними позиціями на світовому та регіональному ринках;

- 2) екстенсивний (розвиток індустрії туризму “вшир”), спрямований на приєднання нових територій (регіонів, країн та окремих їх частин), що на даному етапі мають значні відносні переваги, до світового туристичного процесу шляхом створення там індустрії туризму за світовими стандартам

В Україні прийнято Державну програму розвитку туризму на період до 2010 р., яка передбачає розвиток туристичного потенціалу України та створення сучасного високоєфективного і конкурентоздатного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для задоволення потреб українських та іноземних громадян в туристичних послугах. Даною програмою визначено, що метою розвитку туризму в Україні є створення сприятливого організаційно-правового й економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту на основі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки. Для її реалізації необхідно вирішити такі основні завдання: впровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку галузі туризму; визначити шляхи, форми та методи стимулювання розвитку підприємництва в цій сфері; створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики в галузі туризму; удосконалити організаційні структури управління галуззю туризму; забезпечити раціональне

використання та відновлення природного та історико-культурного середовища; прийняти екологічні регламенти та затвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дії та запровадити в практику управління [2].

Основу державної політики при розробці напрямів розвитку туризму повинні складати наступні чинники: державне стимулювання внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму, поліпшення умов обслуговування туристів; поетапна приватизація туристичних об'єктів з їх інфраструктурою; будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів; державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України; залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристичної діяльності для розвитку інфраструктури туризму; організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення; сприяння організації виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів і відпочиваючих у високоякісних продуктах харчування; залучення приватного сектора, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського зеленого туризму); створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригосподарського тощо); державне сприяння просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту України через міждержавні угоди та програми; створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристичного бізнесу; проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств, використання природного та історико-культурного потенціалу країни; проведення комплексних ландшафтно-екологічних та історико-культурних досліджень території України тощо.

Висновки. Отже, на сьогодні існують всі необхідні передумови для розвитку галузі туризму в Україні, на який впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні та світі. Реалізація основних напрямів розвитку ринку туристичних послуг стимулюватиме туристичну діяльність в Україні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни, що в свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про туризм” в редакції від 18.11.2003р. №1282 – IV.
2. Указ президента України “Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року” в редакції від 10.08 1999р. №973/99
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. Учеб.пос. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 255 с.

4. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.
6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-ге видання перероблене та доповнене – К.: “Альтапрес”, 2003. – 436 с.
7. Мальська М. П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
8. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М.Литвина. – Видавничий Дім “Слово”, 2006. – 372с.
9. <http://www.world-tourism.org>