

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТУРИЗМУ В СУЧАСНІЙ РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Автором здійснено теоретичний аналіз сутності туристичної діяльності. Визначено методологічні засади ефективної діяльності туристичної індустрії на сучасному етапі розвитку економіки, які охоплюють теоретичний аспект сутності туристичної діяльності та обґрунтування підходів ефективної діяльності туристичної індустрії в ринковій економіці.

Автором осуществлен теоретический анализ сущности туристической деятельности. Определены методологические основы эффективной деятельности туристической индустрии на современном этапе развития экономики. Количество библиографических ссылок - 6; украинский язык. Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, туристический рынок, туристические услуги, туристические потоки, въездной туризм, выездной туризм, внутренний туризм.

The author analysis the analysis theoretical of analysis nature tourism. Defined methodological principles of effective tourism industry at the present stage of economic development. The number of citations - 6, the Ukrainian language. Keywords: tourism, travel industry, tourism market, tourism services, tourist flows, inbound tourism, outbound tourism, domestic tourism.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, туристичний ринок, туристичні послуги, туристичні потоки, в'їзний туризм, виїзний туризм, внутрішній туризм.

Актуальність даної теми є вагомою, оскільки туризм як "феномен ХХ століття" є актуальним напрямком соціально-економічного розвитку України. Взаємозв'язок обсягів туристично-рекреаційного потенціалу, туристичних потоків, туристичної інфраструктури, туристичних підприємств, туристичних комплексів та господарств формують туристичну індустрію країни. Туризм позиціонують як важливу сферу розвитку економіки, оскільки він забезпечує значний внесок в економіку країни у вигляді платежів до бюджету, сприяє створенню нових робочих місць, здійснює кроскультурний ефект, позитивно впливає на природне середовище. Функціонування туристичного ринку України досліджується на основі розвитку глобального ринку туристичних послуг, в контексті макрорегіональних європейських особливостей розвитку туризму.

Постановка проблеми ґрунтується на визначенні теоретико-методологічних засад ефективної туристичної діяльності в сучасній ринковій економіці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій засвідчує, що найбільше уваги цим питанням приділяється у працях В.К.Бабарицької, М.П.Мальської, І.М.Школи, Є.Н.Сапожнікової, М.Б.Біржакова, В.А.Квартальнова, М.С.Кагана, Є.Л.Драчева. У той же час, з огляду на те, що розвиток туристично-рекреаційної індустрії визнано перспективним та пріоритетним напрямком розвитку економіки України, даній проблематиці слід приділяти більше уваги, оскільки дослідження цих процесів дає змогу підвищити ефективність туристичної діяльності на загальнонаціональному рівні.

Метою цієї статті є проведення теоретичного аналізу сутності туристичної діяльності та обґрунтування методологічних засад ефективної діяльності туристичної індустрії на сучасному етапі розвитку економіки.

Виклад матеріалу передбачає проведення аналізу дефініцій «рекреація», «туризм», «туристична діяльність», «туристичні послуги», «туристичний продукт», «туристичні ресурси», що дають змогу краще зрозуміти компонентну структуру туристичної діяльності, який подано у табл. 1. На теренах України розроблена ціла низка законодавчо-правових актів, які регулюють туристичну діяльність в країні. До них належать: Конституція України, Закон України «Про туризм», Закон України «Про курорти», Закон України «Про сільський зелений туризм», «Про народні художні промисли», «Про особисте селянське господарство», Указ Президента України «Про Положення про Міністерство культури і туризму України», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Указ Президента України «Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року», Указ Президента України «Про забезпечення підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу», Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Постанови КМУ «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002 – 2010 роки», інших нормативних документів Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України, Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва.

Таблиця 1

Компонентний аналіз дефініцій рекреація, туризм, туристична діяльність, туристичні послуги, туристичні ресурси, туристичний продукт

| Елементи визначень | Рекреація | Туризм | Туристична діяльність | Туристичні послуги | Туристичний продукт | Туристичні ресурси | Сумарна кількість повторювань |
|--|--|---|---|--------------------|---------------------|--------------------|-------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Відпочинок | Алаев Є.Б. | Драчева Е.Л., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К. | | | | | 4 |
| Відновлення сил | Алаев Є.Б. | Мерфі | | | | | 2 |
| Дозвілля | В. Хунцикер | Драчева Е.Л., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К. | | | | | 4 |
| Релаксація | В. Хунцикер | | | | | | 1 |
| Сфера міжкультурної взаємодії | | В. Хунцикер, Дж.Джаффарі Ліпер | | | | | 3 |
| Бізнес | | Хунцикер, Мерфі | Квартальнов | | | | 3 |
| Прогулянка, подорож | Добренькова В.І. Кравченко А.І. | UNWTO, Сучасний словник іноземних слів | | | | | 4 |
| Розвиток особистості | | Біржаков М.Б. | | | | | 1 |
| Соціальна активність в туристичній сфері | | | М.Б. Біржаков | | | | 1 |
| Організація туристичних подорожей | | | Зорин І.В., Каверина Т.П. | | | | 2 |
| Реалізація туристичних послуг | | | Добренький В.І. Кравченко А.І. | | | | 2 |

Продовження табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|---|---|---------------|---------------------------|------------------|----------|---|
| Комплекс туристичних послуг | | | Біржаков М.Б. | | | | 1 |
| Раціональна організація туристичної індустрії | | | Кагана М.С. | | | | 1 |
| Риси певної місцевості та місцевий колорит | | | | Бабарицька В.К. | | | 1 |
| Тури, об'єднані за спрямованістю | | | | Малиновська О.Ю. | | | 1 |
| Товари сувенірного призначення | | | | Мальська М.П. | | | 1 |
| Туристично-екскурсійні послуги | | | | Мальська М.П., Цибух В.І. | | | 2 |
| Організація перевезень, екскурсій та дозвілля | | | | Драчева Е.Л. | | | 1 |
| Економічне благо, яке призначене для обміну | | | | | Сапожникова Є.Н. | | 1 |
| Користність задовольняти рекреаційні потреби | | | | | Школа М. | | 1 |
| Комплекс товарів та послуг, право на тур | | | | | Драчева Е.Л. | | 1 |
| Має вартість та споживчу цінність, якість | | | | | Мальська М.П. | | 1 |
| Природні та додаткові ресурси, створені людиною | | | | | | М.Труасі | 1 |
| Гідром, фітом, літом, антропоном | | | | | | П.Деферт | 1 |

* автором проаналізовано 50 дефініцій

Згідно з Законом України «Про туризм», виділяють такі організаційні форми туризму: міжнародний і внутрішній туризм. Для більш якісного визначення туризму UNWTO запропонувала виділити три форми туризму: внутрішній, в'їзний, виїзний. Внутрішній туризм характерний для населення країни, яке подорожує по своїй країні (регіону, дестинації). Даний тип туризму впливає на розвиток економіки, впливаючи таким чином на перенаправлення доходів між регіонами країни. Важливими умовами розвитку даної форми туризму є наявність необхідних засобів прийому та певний рівень обслуговування туристів та відповідний рівень розвитку внутрішньої інфраструктури (транспорт, зв'язок, шляхи). Виїзний туризм (зарубіжний, туризм за кордон) – це виїзд та подорож населення певної країни (регіону) по іншій країні (регіону). В'їзний туризм – це прибуття та подорож по країні (регіону) осіб, які не є її жителями. В'їзний туризм (іноземний) – це активний туризм, адже створює приплив іноземної валюти, а виїзний туризм – це пасивний туризм,

оскільки валюта в даному разі вивозиться за кордон. В'їзний туризм ідентифікується як пріоритетний вид туризму, напрямок розвитку туристичної (національної) економіки [1].

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, є: туристичні оператори – 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; туристичні агенти – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, та 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 щодо реалізації характерних та супутніх послуг, які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність; інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг; гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу [2].

Комплектацією туристичного продукту займаються безпосередньо туроператори. Туроператор (турорганізатор) виробляє диференційовані туристичні продукти, які відповідають потребам та вимогам клієнтів. Туроператор – це юридична чи фізична особа, яка виконує роботу з формування (організації, проектування) туристичного продукту, його просування на ринок та реалізації. Формування туру – це складання взаємозв'язаної за термінами, цілями, якістю та вартістю послідовності робіт та послуг, укладення договорів, бронювання та резервування. Просування туру – це комплекс робіт, який включає генерацію мотивації у потенційного споживача до придбання туру, рекламування послуг та турів.

Туроператор здійснює роботи з розробки туристичних маршрутів, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів і пропонує послуги, готує рекламно-інформаційні видання щодо своїх турів, розраховує вартість турів, передає їх турагенту для наступної реалізації туристам. Розрізняють такі види туроператорів за видом діяльності: 1) оператори масового ринку – продаж турпакетів, в яких використовують чартерні авіарейси в місця масового туризму; 2) спеціалізовані оператори – спеціалізуються на визначеному турпродукті чи сегменті ринку. Розрізняють такі види туроператорів за місцем діяльності: місцеві (внутрішні) оператори (працюють в межах країни), виїзні оператори (орієнтуються на зарубіжні країни), оператори на прийомі (обслуговують іноземних туристів на користь інших операторів та агентів).

Туроперейтинг поділяє туроператорів на ініціативних та рецептивних. Ініціативні туроператори – це оператори, які відправляють туристів за кордон

чи в інші регіони, згідно з домовленостями з рецептивними (приймаючими) операторами чи прямо з туристичними підприємствами. Рецептивні туроператори – це туроператори, які обслуговують туристів завдяки комплектуючим турам та програмам обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг (готелями, організаціями розваг).

Найбільшу частку на туристичному ринку займають туристичні агентства. Турагент – це організація-посередник, яка займається продажем сформованих туроператором турів. Основні функції турорганізацій: комплектуюча, сервісна, гарантійна. Комплектуюча функція турагента – це комплектація туру з окремих послуг (для рецептивного туроператора) та комплектація комбінованих турів із рецептивних турів (для ініціативного туроператора), комплектація турів з певними видами послуг (для турагентів). Сервісна функція – це обслуговування туристів на маршрутах, в офісі під час продажу пакетів турів. Гарантійна функція – це пропозиція туристам гарантій по туристичних послугах, які були раніше оплачені в обумовленій кількості.

Основні завдання турагентств – повне та широке висвітлення можливостей відпочинку та подорожей по турах, курортах; просування цієї інформації за допомогою реклами; організація продажу туристичного продукту за сучасними методами торгівлі.

Існують такі форми турагентств: туристичні агентства з продажу турів, сформованих туроператором, на умовах комісійної винагороди; транспортно-туристичні агентства (спільні підприємства з транспортними організаціями) з організації транстурів; турагентства (бюро реалізації) у складі туроператора, які реалізують власні тури, але продають і куплені тури.

Спеціалізація турагентства набуває двох форм: багатопрофільне (комплексне обслуговування видів клієнтів) та спеціалізоване (комерційні турагентства, які спеціалізуються на організації ділових поїздок для великих компаній) [3]. Розрізняють такі види туристичних ринків: масові; популярні; індивідуальні. Масові ринки туризму характеризуються масою туристів, які подорожують великим групами. Туристи «пакетних» турів забезпечені стандартним набором послуг та розваг, які передбачені програмою туру. Популярні ринки туризму характеризуються невеликими групами туристів, що подорожують більш дорогими «інклюзив-турами», які передбачають вищий рівень сервісу, додаткові види послуг. Індивідуальні ринки туризму – туристи самостійно планують свій відпочинок, маршрут, здійснюють замовлення транспорту, бронювання в готелях.

Множинність форм власності формує економічний базис для розвитку різноманітних форм підприємницької діяльності в галузі туризму. У структурі туристичного бізнесу в Україні переважають підприємства малі та середні, що ефективно впливає на можливості національної економіки держави. Найкращим якісним описанням ключових характеристик малого підприємства залишається використане Болтонським комітетом у Доповіді по малих

підприємствах 1971 року. В ній стверджувалося, що мале підприємство є самостійним бізнесом, який управляється власником чи співвласниками і має невелику частку ринку. У західноєвропейських наукових джерелах наводяться й інші характеристики малого бізнесу, що є характерними для туризму: 1) єдність права власності і безпосереднього управління підприємством; 2) персоналізований характер відносин між роботодавцем і працівниками, який сприяє дієвій мотивації персоналу та вищому рівню його задоволення працею; 3) переважно сімейне володіння [4].

Отже, в сучасній ринковій економіці індустрія туризму впевнено займає лідируючі позиції як на світовому економічному просторі, так і на теренах України. Туристична діяльність як складна економічна категорія – це багатогранне явище, яке охоплює такі основні концептуальні елементи: 1) туристична діяльність відображає активний характер людської діяльності, поведінки, активності; 2) туристична діяльність розвивається за допомогою таких потужних стимулів, як людські потреби; 3) туристична діяльність як важлива сфера бізнесової діяльності вказує на те, що кожний господарюючий суб'єкт може реально оцінювати як власний фінансовий стан, так і фінансовий стан потенційних партнерів або контрагентів; 4) туристична діяльність безпосередньо здійснює вплив на зростання продуктивності праці в різних галузях виробництва залежно від характеру праці, покращуючи таким чином ефективність туризму.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про туризм" від 18 листопада 2003 року - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
2. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму . Туроперейтинг. Понятійно-теоретичні основи. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288с.
3. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/zorin01.htm
4. Драчева Е.Л., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К. Экономика и организация: международный туризм. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2007. – 576с.
5. Мальська М.П., Худо В.Р., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. – Київ: Центр навч. л-ри, 2004. – 272с.
6. Туристично-краєзнавчі дослідження: Збірник наукових статей. – Випуск 6. – К.: 2005. – 473 с.

УДК 330.837:338.48

Т.Р.Власова, к.е.н., О.В.Циганчук,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ У ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Дослідження присвячене аналізу основних інституційних проблем розвитку туризму у Чернівецькій області. Покращення інституційних складових туристичної галузі побудоване за методикою ромба М.Портера, що забезпечить стратегічний розвиток туристичного бізнесу.

Исследование посвящено анализу основных институциональных проблем развития туризма в Черновицкой области. Улучшение институциональных составляющих туристической отрасли построено по методике ромба М.Портера, что обеспечит стратегическое развитие туристического бизнеса.