

25. Ткачева А. В. Теоретична сутність логістичної діяльності організації / А. В. Ткачева // Економіка організації та управління виробництвом. – 2011. – С. 98-99. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e112_58/u112tkac.pdf

26. Тридід О. М. Логістика. [навчальний посібник] / О. М. Тридід, К. М. Таньков, Ю. О. Леонова. – К. : Видавничий дім «Персонал», 2008. – 176 с.

27. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс ; [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.

УДК 334:338.48]

С.П. Гаврилюк
кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму
Університет економіки і права «КРОК»

Особливості сучасного розвитку підприємництва на ринку туристичних послуг в Україні

У статті розглянуто сутність та особливості підприємництва на ринку туристичних послуг. Охарактеризовано суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі та їх склад. Досліджено проблеми, що перешкоджають розвитку підприємницької діяльності туристичних підприємств. Розроблено комплекс заходів активізації підприємницької діяльності туристичних підприємств, що дозволить істотно збільшити їх соціально-економічний вплив на економіку країни.

Ключові слова: підприємництво, суб'єкти туристичного підприємництва, особливості підприємницької діяльності в туризмі

С.П. Гаврилюк
кандидат экономических наук,
доцент кафедры туризма,
Университет экономики и права «КРОК»

Особенности современного развития предпринимательства на рынке туристических услуг в Украине

В статье рассмотрены сущность и особенности предпринимательства на рынке туристических услуг. Охарактеризованы субъекты предпринимательства в туризме и их структура. Исследованы проблемы, препятствующие развитию предпринимательской деятельности туристических предприятий. Разработан комплекс мероприятий активизации предпринимательской деятельности туристических предприятий, которые позволяют существенно увеличить их социально-экономическое влияние на экономику страны.

Ключевые слова: предпринимательство, субъекты туристического предпринимательства, особенности предпринимательской деятельности в туризме

S. Havryliuk
PhD in Economics,
Associate Professor of Tourism Department
«KROK» University

Peculiarities of Modern Development of Entrepreneurship on the Tourism Market in Ukraine

The article considers the essence and peculiarities of entrepreneurship on the tourism market. The subjects of entrepreneurship in tourism are characterized and their structures are assessed. The factors which discourage for entrepreneurial development of tourist enterprises is investigated. Complex of measures to intensify the entrepreneurial activity of tourism enterprises has been developed, which will significantly increase their socioeconomic impact on the country's economy.

Key words: *entrepreneurship, subjects of tourism business, the features of entrepreneurial activity in tourism.*

Постановка проблеми

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є забезпечення конкурентоспроможної на світовому ринку туристичної галузі на основі максимально повного задоволення попиту туристів, ефективного здійснення виробничо-продуктової діяльності, раціоналізації використання рекреаційних ресурсів, надходження валютних коштів. Ці параметри можливо досягнути на основі глибоких знань законів і закономірностей ринкової економіки, особливостей підприємницької діяльності в туризмі.

Активізація підприємницької діяльності може принести позитивний результат у забезпеченні сталого розвитку туризму в Україні. Для створення сприятливих умов реалізації програм підвищення ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств необхідно вміти, з одного боку, ефективно використовувати фактори виробничо-продуктової діяльності, прагнути до отримання прибутку, а з другого, – реалізовувати творчий людський потенціал, впроваджувати сучасні підприємницькі технології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У наукових дослідженнях провідних зарубіжних та вітчизняних вчених відсутній комплексний підхід до вирішення питань управління підприємницькою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу. Проблеми й особливості здійснення підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання знаходять своє відображення в наукових економічних дослідженнях. Принципи підприємництва, класифікація форм і видів суб'єктів підприємництва в туризмі, організація та планування туристичної діяльності в ринкових умовах відображаються в наукових публікаціях таких вітчизняних учених, як Герасименко В.Г. [4], Дядечко Л.П. [7], Єрмоленко О.Г., Мальська М.П., Нездоймінов С.Г. [4], Пуцентейло П. Р., Ткаченко Т.І. та ін. Однак питання вдосконалення управління підприємницькою діяльністю не втратили своєї актуальності для підприємств туристичної сфери і вимагають подальших системних досліджень з урахуванням сучасних умов господарювання, галузевих особливостей і норм вітчизняного законодавства.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

На практиці кожне підприємство самостійно вирішує завдання організації управління та вибору ефективних технологій здійснення підприємницької діяльності. На сьогодні вітчизняні туристичні підприємства недостатньо активні в основних сферах їхньої діяльності. Так, у фінансовому відношенні немає пошуку найбільш вигідних джерел фінансування, організаційна форма не завжди обґрунтована стосовно розміру та обсягів діяльності цих підприємств, матеріально-технічне забезпечення не відповідає сучасним вимогам. У туризмі відсутній дієвий механізм підтримки підприємництва з боку державних органів, який би відповідав сучасним потребам. Вищевказана проблемна ситуація спонукає до пошуку методів активізації підприємницької діяльності вітчизняних туристичних підприємств, що й становить наукове завдання дослідження.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження теоретичних та практичних засад підприємницької діяльності туристичних підприємств з урахуванням галузевих особливостей, вивчення проблем, що перешкоджають її розвитку в туризмі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Серед чинників розвитку туризму більшості країн світу, в тому числі в Україні, важливу роль за сучасних умов відіграють підприємництво та суб'єкти, що його здійснюють, – підприємці. Термін “підприємництво” вперше ввів на початку XVIII ст. англійський економіст Р. Кантільон. Він визначав підприємництво як самостійну діяльність, спрямовану на отримання доходу (прибутку) і пов'язану з господарським ризиком [9].

Наукова економічна література розглядає підприємництво з різних позицій: як економічну категорію, метод господарювання та тип економічного мислення. На думку науковця Варналія З.С., підприємництво як економічна категорія – це «особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі та власній відповідальності, організує і керує виробництвом із метою одержання підприємницького доходу» [3]. В даному визначенні вказуються дві головні ознаки підприємництва: по-перше, це особливий тип суб'єкта господарювання зі своїми новаторськими здібностями; по-друге, успіх побудовано на інноваційній діяльності.

Суть підприємництва як методу господарювання розкривають його основні функції: ресурсна, організаційна та творча. Розглядаючи їх більш детально, зазначимо, що ресурсна функція підприємництва передбачає його спрямованість на найбільш ефективне використання матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів із урахуванням досягнень науково-технічного прогресу. Організаційна функція зводиться до діяльності з організації виробництва, збуту, маркетингу, менеджменту і реклами. Творча функція полягає в генеруванні та реалізації нових ідей, здійсненні техніко-економічних, наукових розробок і проєктів, пов'язаних із господарським ризиком.

Підприємництво як особливий тип економічного мислення характеризується оригінальними поглядами і підходами до прийняття рішень, які реалізуються у практичній діяльності. Центральну роль тут відіграє особа підприємця, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, сфер застосування капіталу. Відповідно до цього, підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації, розроблення, виробництва і реа-

лізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту [5]. Отже, сутність підприємництва зосереджується у вияві ініціативної, новаторської, самостійної діяльності. А його метою є, з одного боку, отримання прибутку або особистого доходу, а з іншого, – найбільш ефективно використання виробничих факторів, прагнення реалізувати творчий людський потенціал.

Відповідно до Господарського кодексу України підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1]. Отже, до підприємництва відноситься й діяльність із надання туристичних послуг, що є об'єктом діяльності туристичних підприємств. Таким чином, можна сформулювати визначення **туристичного підприємництва** як діяльності, пов'язаної з виробництвом, комплектуванням і реалізацією турпродуктів та окремих туристичних послуг, необхідних для задоволення пізнавальних та рекреаційних потреб туристів з метою отримання прибутку.

Виникнення підприємництва у сфері туризму пов'язане з його переходом на комерційну основу, тобто з появою платних подорожей.

Економічною передумовою існування підприємництва є приватна власність на засоби виробництва. Для розвитку підприємництва в туризмі необхідні не тільки приватна власність, а й інші умови, зокрема:

- політична, економічна й соціальна стабільність у регіоні;
- пільговий податковий режим для соціальних видів туризму;
- розвинена туристична інфраструктура;
- інтеграція України в європейські та світові економічні структури, гнучкий механізм участі туризму в глобалізаційних процесах.

Підприємницька діяльність у сфері туризму характеризується наступними особливостями:

- організація підприємницької діяльності у сфері туризму передбачає, що для споживання турпродукту або окремих туристичних послуг турист повинен особисто прийти в місце їх надання; відокремленість попиту та пропозиції турпослуг потребує ретельного планування підприємницької діяльності в туризмі;

- для розвитку туристичного підприємництва необхідне створення розвинутої індустрії туризму, яка з'явилася завдяки масовому попиту на туристичні послуги. Індустрія туризму представляє собою сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспортні, заклади культури тощо), що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів;

- здійснення підприємництва в туризмі зазвичай пов'язане з тим, що туристичне обслуговування несе в собі культурологічну спрямованість, пізнавальний аспект, а туристична послуга справляє глибоке емоційне враження (висока пізнавальна сила впливу розповіді екскурсовода);

- підприємницька діяльність у туризмі здійснюється на основі договору купівлі-продажу туру, згідно з яким одна сторона (туроператор, турагент) за узгоджену плату зобов'язується забезпечити надання іншій стороні (туристу) комплексу туристичних послуг. Турист, сплативши повну вартість турпродукту, може ознайомитися з послугами, що входять до його складу, тільки під час подорожі;

- використання в процесі здійснення підприємницької діяльності знижок чи інших пільг для туристів з метою стимулювання збуту туристичних послуг. Туристичні послуги не можуть накопичуватися і зберігатися для подальшого спо-

живання (місця в готелі, каюті на круїзному лайнері, купе в поїзді). Якщо продаж не відбувся, туристичне підприємство зазнає збитків.

Структура туристичної галузі передбачає співіснування різних за розмірами підприємств, об'єктивною основою яких є форми організації виробничо-продуктової діяльності. Підприємницька діяльність здійснюється у різних масштабах і суб'єкти підприємницької діяльності поділяються на малі, середні та великі. В нормативних актах України використовуються два основні критерії класифікації підприємств за розміром: кількість працівників та обсяг валового доходу. Сучасна практика господарювання свідчить: різні за розміром підприємства взаємодоповнюють одне одного. Сприятливі умови для розвитку різних за масштабами діяльності підприємств дають гарні результати на загальногалузевому рівні. Тому економіка західних країн базується на великих організаційно-господарських структурах, які забезпечують її стабільність і кращу керованість, створюють потенціал для великомасштабної реалізації інновацій, та на підприємствах малого бізнесу, що сприяють гнучкості операційної діяльності та індивідуалізації обслуговування споживачів, створенню конкурентного середовища і підвищенню інтенсивності конкуренції, що призводить до прогресивного розвитку галузі та економіки в цілому.

Аналізуючи розвиток підприємництва на ринку туристичних послуг в Україні, слід зазначити, що підприємства-суб'єкти туристичної діяльності переважно малі. Згідно з даними Держкомстату частка малих підприємств у загальній кількості туристичних підприємств 2015 року становила 99,5% (табл. 1).

Таблиця 1

Зміни у структурі підприємств за видом економічної діяльності «діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язану з цим діяльність» за розміром в Україні

Роки	Туристичні підприємства							
	Середні		Малі		Мікропідприємства		Всього	
	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %
2011	44	1,0	4375	99,0	4160	94,1	4419	100
2012	36	0,9	4054	99,1	3845	94,0	4090	100
2013	33	0,7	4486	99,3	4276	94,6	4519	100
2014	23	0,6	3702	99,4	3532	94,8	3725	100
2015	18	0,5	3669	99,5	3514	95,3	3687	100
Абс. відхилення за 2011-2015 рр, ±	-26	-0,5	-706	0,5	-646	1,2	-732	0
Відн. відхилення за 2011-2015 рр, %	-59,1	-50,0	-16,1	0,5	-15,5	1,3	-16,6	0,00
Середньорічні абс. відхилення, ±	-6,5	-0,13	-177	0,13	-161,5	0,30	-183,0	0,00
Середньорічні темпи зміни, %	-14,8	-12,5	-4,0	0,1	-3,9	0,3	-4,1	0,0

Джерело: розраховано автором на основі [6, с. 457].

Зауважимо, що серед малих підприємств у туризмі переважали мікропідприємства, у яких середня кількість працівників за звітний рік не перевищувала 10 осіб, а річний дохід від реалізації послуг не перевищував суму, еквівалентну 2 мільйонам євро [1]. Частка мікропідприємств за 2011-2015 роки на ринку туристичних послуг становила 99,5%.

тичних послуг постійно підвищувалася і 2015 року перевищила 95%. Натомість питома вага середніх підприємств впродовж останніх років становила не більше 1%, а великі туристичні підприємства взагалі були відсутні в Україні.

Специфічною рисою сучасного розвитку підприємництва в туризмі України є формування за роки ринкових відносин сегменту фізичних осіб-підприємців, що здійснювали туристичну діяльність: їх кількість 2015 року налічувала 1397 од., хоча і скоротилась порівняно з 2011 р. (2351 од.) на 954 од. або 40,6% [8].

Кількість малих туристичних підприємств згідно табл. 1 теж має тенденцію до скорочення від 4375 од. 2011 року до 3669 од. 2015 року, що склало 646 од. або 15,5% на фоні загального скорочення кількості суб'єктів підприємницької діяльності в туризмі за цей період на 732 од. (від 4419 од. 2011 року до 3687 од. 2015 року), або на 16,6%. Кількість середніх підприємств зменшувалася ще вищими темпами – від 44 од. 2011 року до 18 од. 2015 року, або на 59,1%. Об'єктивно це можна пояснити тим, що туристичні підприємства повною мірою відчувають на собі тягар економічної та політичної нестабільності бізнес-середовища. Цей ризик посилюється через зменшення вітчизняних потенційних туристів передусім через невисокі доходи населення та демографічну кризу.

Як видно з рис. 1, кількість туристичних підприємств змінювалася нерівномірно, а починаючи з 2013 р. почала стабільно зменшуватися: на 183 од. (3,9%) в середньому за рік переважно за рахунок малих підприємств, кількість яких скорочувалася щорічно на 177 од. (3,8%).

Фінансово-економічна криза, що продовжується в останні роки, події, пов'язані з анексією АР Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей негативно вплинули на розвиток підприємництва у сфері туризму. Вказані фактори привели також до негативної динаміки в'їзного туризму, деформації структури туристичних потоків та послаблення туристичних можливостей країни як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку туристичних послуг. Фактично удвічі зменшився потік іноземних туристів до України та продовжує знижуватись. За даними Адміністрації Держприкордонслужби, 2013 року до країни в'їхало 25,7 млн. іноземних громадян, тоді як 2014

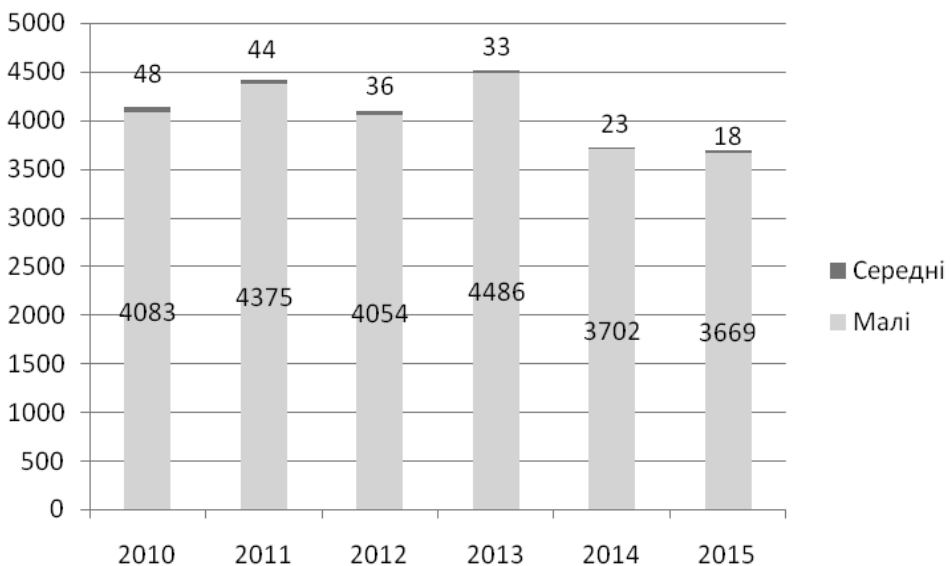


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [6, с. 457].

року – 13,2 млн., 2015 року – 12,9 млн. іноземців [8]. Україна втрачає свою популярність як туристичний напрям, оскільки сприймається іноземними туристами виключно як військовий плацдарм.

Обсяги реалізованих послуг за видом економічної діяльності «діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність» за останні п'ять років скоротилися як у фактичних (від 4734 млн. грн. 2011 року до 4610,8 млн. грн. 2015 року), так і порівняних цінах, що свідчить про зменшення попиту на пропозицію цих підприємств, незважаючи на незначне підвищення 2012 (пов'язане з проведенням фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу Євро-2012) та 2013 рр. Зауважимо також, що на ринку туристичних послуг України найбільша частка в обсягах реалізації припадає на малі суб'єкти підприємницької діяльності – 67,1% 2015 року, що більше порівняно з 2011 р. на 6,1%, а частка середніх підприємств в обсягах реалізованих послуг становила за останній рік лише 32,9% проти 39% 2011 року, що відповідає загальній тенденції зменшення кількості підприємств цієї групи (табл. 2).

Обсяг реалізації послуг у середньому на 1 підприємство становив 2011 року по групі середніх підприємств – 42 млн. грн., по групі малих – 0,66 млн. грн., а у 2015 р. відповідно 84,2 та 0,84 млн. грн. Великі обсяги реалізації послуг у розрахунку на 1 підприємство зумовлені тим, що до групи середніх підприємств відносяться туроператори масового ринку, діяльність яких спрямована на обслуговування значних туристичних потоків у популярні туристичні центри й курорти, що у свою чергу, забезпечує їм більш масову реалізацію турпакетів, хоча і за нижчими цінами. Тоді як основні представники групи малих підприємств – турагентства за характером здійснюваних операцій є роздрібними продавцями і реалізують послуги безпосередньо кінцевим споживачам – туристам для їхнього особистого використання.

Таблиця 2

Структура обсягів реалізованих послуг підприємств за видом економічної діяльності «діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність» за розміром в Україні

Роки	Обсяги реалізації послуг туристичних підприємств за розміром							
	Середні		Малі		Всього		В середньому на 1 підприємство	
	Млн. грн.	Питома вага, %	Млн. грн.	Питома вага, %	Млн. грн.	Питома вага, %	Середнє	Мале
2011	1847,6	39,0	2886,4	61,0	4734,0	100,0	42,0	0,66
2012	1970,5	36,1	3484,4	63,9	5454,9	100,0	54,7	0,86
2013	2028,4	36,7	3499,1	63,3	5527,5	100,0	61,5	0,78
2014	1720,7	44,4	2153,6	55,6	3874,3	100,0	74,8	0,58
2015	1515,6	32,9	3095,2	67,1	4610,8	100,0	84,2	0,84
Абс. відхилення за 2011-2015 рр., ±	-332	-6,1	208,8	6,1	-123,2	0,00	42,21	0,18
Відн. відхилення за 2011-2015 рр., %	-17,97	-15,64	7,23	10,0	-2,60	0,00	100,52	27,87
Середньорічні темпи зміни, %	-3,59	-3,13	1,45	2,00	-0,52	0,00	20,10	5,57

Джерело: розраховано автором на основі [6, с. 475].

На ринку туристичних послуг України простежувалась тенденція до збільшення кількості прибуткових підприємств: впродовж 2010-2015 рр. їх частка зросла у 1,27 разів (від 59% 2010 року до 74,7% 2015 року). Сума негативного фінансового результату туристичних підприємств до 2013 р. збільшувалася, а протягом 2014-2015 рр. скоротилась (табл. 3), що свідчить про зменшення загальної кількості суб'єктів туристичної діяльності за рахунок збиткових, покращення загального управління підприємствами та умов ведення туристичного бізнесу на окремих сегментах ринку.

Таблиця 3

Фінансові результати від звичайної діяльності підприємств за видом економічної діяльності «діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність» в Україні за 2010-2015 рр., млн. грн.

Роки	Кількість підприємств, од.	Фінансовий результат (прибуток/збиток)	Підприємства, які отримали прибуток		Підприємства, які отримали збиток	
			Сума прибутку	Частка від загальної кількості, %	Сума збитку	Частка від загальної кількості, %
2010	4131	-152,1	141	59,0	293,1	41,0
2011	4419	-141,4	128,5	63,2	269,9	36,8
2012	4090	-107,4	147,4	63,7	254,8	36,3
2013	4519	-453,5	198,8	68,1	652,3	31,9
2014	3725	-282,3	138,3	64,9	420,6	35,1
2015	3687	-217,5	244	74,7	461,5	25,3

Джерело: розраховано автором на основі [6, с.477-478].

Отже, частина вітчизняних, переважно малих суб'єктів туристичного підприємництва опиняється перед необхідністю виходу з ринку, спричиненого низьким і водночас дуже еластичним за ціною попитом на туристичні послуги.

Розвиток туристичного підприємництва в Україні гальмується з наступних причин: політична нестабільність, несприятливі екологічні фактори, нерозвинутість туристичної інфраструктури, невідповідність комфортності проживання більшої частини готелів для прийому іноземних громадян цінам на готельні послуги; зростання цін на готельні та туристичні послуг, падіння реальних доходів населення, відсутність розвитку внутрішнього туризму в Україні, недосконалість законодавчої бази, відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва і просування можливих туристичних маршрутів, обмеженість асортименту послуг.

Різноманіття туристичних послуг можуть запропонувати переважно туристичні підприємства у великих містах, загальноновизнаних зонах рекреації та туризму, деяких історичних та культурних центрах. У той час, коли в більшості регіонів України можна розвивати промисловий, оздоровчий, екологічний, навіть екстремальний та інші види туризму. Розвиток туризму в Україні перебуває лише на початковій стадії.

Задля вирішення зазначених проблем необхідна міцна підтримка держави. Потребують розроблення і впровадження прогресивні методи і стандарти туристичного обслуговування, потрібно забезпечувати державну підтримку підприємців малого бізнесу, підвищувати ефективність використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини, зміцнити матеріально-технічну базу туризму. Серед важливих напрямків роботи з питань розвитку туризму є створен-

ня позитивного іміджу України як туристичної держави та активне просування турпродукту за кордоном.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. №168-р було затверджено «Стратегію розвитку туризму і курортів до 2026 р.», основною метою якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечить прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприятиме підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [2].

Умовами сталого розвитку сфери туризму можуть стати підвищення рівня конкурентоспроможності послуг туристичних підприємств шляхом розширення номенклатури послуг, використання нових методів обслуговування туристів, розроблення національних стандартів туристичного обслуговування відповідно до міжнародних вимог, концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку туризму, створення організаційно-економічних умов для розвитку малого бізнесу в туристичній сфері, розвиток туристичних дестинацій, підвищення рівня комфортності обслуговування шляхом здійснення реконструкції матеріально-технічної бази із залученням внутрішніх і зовнішніх інвестицій, створення загальнодержавної інформаційної туристичної мережі та її інтеграція до світової інформаційної системи, сприяння розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму, популяризація нашої держави у світі та просування національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку туризму повинні стати пріоритетними напрямами прискорення економічного та соціального зростання країни.

Висновки

За результатами досліджень можна зробити висновок, що розвиток туристичного підприємництва може здійснити позитивний вплив на становлення й розвиток туристичної галузі. Це можливо простежити через призму функцій підприємництва, які виконуються ним у випадку становлення стабільної економічної ситуації й державного регулювання його розвитку. Туристичний комплекс України представлений переважно малими туристичними підприємствами (99,5%), які функціонують в умовах, що постійно змінюються, і відіграють значну роль у формуванні економіки туризму країни. Негативна динаміка показників діяльності туристичних підприємств у період 2011-2015 років стала результатом впливу кризових явищ, втягування України у військовий конфлікт і недостатнього розвитку туристичної інфраструктури. Для подолання негативних тенденцій підприємницької діяльності в туризмі важливим є покращення туристичного потенціалу, посилення маркетингового компонента в економіці туризму, розвиток туристичної інфраструктури й проведення роботи з підвищення якості послуг, наданих суб'єктами підприємницької діяльності в туризмі. Від уміння впроваджувати сучасні підприємницькі технології залежить рівень досягнення туристичними підприємствами мети їхньої діяльності і високих фінансових результатів.

Література

1. Господарський кодекс: за станом на 13 квіт. 2017 р. [Електронний ресурс]/ Режим доступу до кодексу: www.zakon3.rada.gov.ua

2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. – Затв. розпорядженням КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]/ Режим доступу до стратегії: zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-р.

3. Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності: [навч. посібн]/ З.С. Варналій – К.: Знання-Прес, 2002. – 239 с.

4. Герасименко В.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: [монографія] / В.Г. Герасименко, С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Пальміра, 2011. – 178 с.

5. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / [А.А.Григорук, М.С. Палюх, Л.М. Литвин, Т.Д. Літвінова; за ред. А.А.Григорука, М.С. Палюха]. – Тернопіль, 2002. – 304 с.

6. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2015 р.: (стат. збірник) [Електронний ресурс]/ відп. за випуск Кузнєцова М.С. – К.: Держ. служба статистики України, 2016. – 485 с. Режим доступу до збірн.: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: [навчальний посібник] / Л.П. Дядечко; за заг. ред. Манойло Н.П. – Київ: Вид-во «ЦУЛ», 2007. – 220 с.

8. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: (стат. бюлетень) [Електронний ресурс] / відп. за випуск Кармазіна О.О. – К.: Держ. служба статистики України, 2014. – 76 с. – Режим доступу до бюлет.: <http://www.ukrstat.gov.ua>

9. Cantillon R. Essai sur la nature du commerce en general / R. Cantillon [ed. and transl. by H. Higgs]. – L., 1931. – P. 29-32.

УДК 338.48

Т.Г. Сокол
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри туризму
Університет економіки і права КРОК
І.І. Плиска
студентка 4 курсу
Університет економіки і права КРОК

Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України

Стаття присвячена проблемам використання інноваційних способів екскурсійної діяльності та форм проведення екскурсій як змістовного шляху гармонізації особистості, її духовного зростання в новій демократичній Україні. Екскурсія розглядається також як окремий продукт, як соціально-культурна послуга із задоволення духовних, інтелектуальних потреб споживача, що може стати засобом розширення асортименту національної туристичної пропозиції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туристичних послуг.

Ключові слова: екскурсія, екскурсійна діяльність, інноваційні форми проведення екскурсій.