

УДК 379.85

В. С. Ковешніков,
к. е. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій, м. Київ
О. С. Ліфіренко,
старший викладач кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій, м. Київ
Н. М. Стукальська,
старший викладач кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій, м. Київ

ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

V. Koveshnikov,
PhD in Economics, assistant professor, Department of tourism and hotel business, National University of Food
Technologies, Kyiv
O. Lifrenko,
Senior lecturer Department of tourism and hotel business, National University of Food Technologies, Kyiv
N. Stukalskaya,
Senior lecturer Department of tourism and hotel business, National University of Food Technologies, Kyiv

CLASSIFICATION ISSUES IN THE FIELD OF TOURISM

У статті розглядаються існуючі підходи, які використовуються при класифікації в сфері туризму, виділяються часто використовувані класифікаційні ознаки, наводиться класифікація видів туризму і послуг галузей індустрії гостинності, пропонуються методологічні підходи до подальшого вдосконалення систем класифікації в туризмі.

In the article there are considered the existing approaches to classifications of tourism kinds and services. There are discussed characteristics usually used as the basis of classifications in tourism. Some new views concerning backgrounds of classifications in tourism are proposed.

Ключові слова: сфера туризму, туристські послуги, види туризм, туристична діяльність.
Key words: tourism, touristic services, tourism kinds, tourist activity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ІЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Туризм сьогодні є однією з найбільших сфер соціально-економічної діяльності, що стрімко розвиваються. За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO), сукупний дохід від міжнародного туризму в 2015 році склав \$ 1,5 трлн, тим самим перевищивши рекорд попередніх років. Згідно з дослідженнями UNWTO, у першій половині 2015 року число міжнародних прибуттів зросло на 4%. За період з січня по червень 2015 року туристичні направлення у всьому світі взяли близько 538 млн міжнародних туристів, що на 21 млн більше в порівнянні з аналогічним періодом 2014 року [1].

Відповідно до щорічного звіту UNWTO, дохід від міжнародного туризму в 2015 році збільшився на \$ 48 млрд або 3,7%. Згідно з недавно опублікованим довгостроковим прогнозом "Туризм: перспектива 2030" очікується, що число міжнародних туристських прибуттів до 2030 року досягне 1,8 млрд. За оцінками цієї організації, в період 2010—2030 рр. зростання міжнародного туризму буде продовжуватися, хоча і більш помірними темпами в порівнянні з минулими десятиліттями, прогнозується збільшення числа міжнародних туристських прибуттів у світі в середньому на 3,3% на рік. У результаті цього ринок туризму буде поповнюватися щороку в середньому на 43 млн міжнародних туристів. При збереженні прогнозованих темпів зростання в 2030 р. понад 5 млн осіб щодня перетинатимуть міжнародні кордони з метою дозвілля, бізнесу або в інших туристських цілях [2].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Науковий інтерес до питань класифікації в туристичній сфері значно підвищився у період державної незалежності. Сучасних учених цікавить питання класифікації та розвитку туризму, підвищення економічної ефективності цієї сфери тощо. Науковий підхід до розвитку цієї проблеми розглядається в роботах учених: В.К. Федорченка, І.М. Минич, В.Г. Герасименка, В.А. Зінченко, М.П. Крачило, О.М. Любавець, О.В. Лугової, С.І. Грибанової, О.П. Пузакова, Ю.В. Алексеевої, І.М. Школи та ін. Тим не менше, у наукових працях цих вчених недостатньо повно розкриті зазначені вище питання.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті полягає в дослідженні і аналізі особливостей класифікації в сфері туризму.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Туризм як предмет дослідження є складним і ще не до кінця вивченим феноменом, незважаючи на те, що в практиці економічної діяльності він займає сьогодні все більш чільне місце і має тенденцію до поступового стійкого зростання. Одним з найважливіших завдань осмислення цього феномену є побудова адекватної та розгорнутої системи класифікації, яка могла б бути використана як теоретиками, так і практиками туристського бізнесу. На теперішній час існує безліч підходів до класифікації в сфері туризму: це і міжнародні класифікації суб'єктів туристської діяльності, засобів розміщення, видів туристського споживання, споживачів туристичних послуг, і класифікації туристських ресурсів, ту-

ристських дестинацій, послуг, які надаються туристам, і багато інших класифікацій. У застосовуваних у сфері туризму класифікацій задіяні різні підстави, принципи і критерії. Вони використовуються як на міжнародному, так і на національних рівнях, що в результаті призводить до значних різноманітних підходів і систем типологізації об'єктів, суб'єктів, ресурсів, видів діяльності в сфері туризму.

При різноманітності класифікацій, що використовуються сьогодні в системах управління туристською діяльністю, слід вказати на те, що це одна з малодосліджених проблем, що вимагає подальшого методологічного опрацювання. Існуюча "класифікаційна різноманітність" актуалізує необхідність пошуку та закріплення принципів, які можуть бути покладені в основу класифікації соціально-економічних процесів (у найширшому сенсі), що відбуваються в сфері туризму. Пошук методологічних основ класифікації в туризмі повинен базуватися на усвідомленні туризму, насамперед, як цілісного суспільно-економічного явища і процесу, який можна розглядати через призму його окремих складових, а також як широкої сфери економічної, господарської та споживчої діяльності, що і дозволить виділити базові класифікаційні підстави.

У загальному випадку методологічний аналіз сфери туризму являє собою систему загальнотеоретичних підходів і принципів, покладених в основу дослідження сутності, закономірностей функціонування і розвитку, а також місця туризму в суспільному виробництві, соціальній структурі, культурної та споживчої практиках сучасної людини. Тобто пошук методологічних підстав класифікації в туризмі повинен будуватися з урахуванням вже існуючих теоретичних підходів до його організації, а також зростання значення туризму в сучасній економіці, базовими трендами якої є глобалізація і інформатизація.

Побудова адекватної класифікації в сфері туризму відноситься до однієї з актуальних, але методологічно малодосліджених проблем. У теорії і практиці управління найбільш часто зустрічаються і використовуються класифікаційні ознаки, що базуються на виділенні цілей туристських прибуттів, напрямів туристських прибуттів, особливостей дестинації, на диференціації засобів розміщення, описі різноманітності туристських послуг, тривалості перебування туристів у тому чи іншому регіоні, видах туризму у залежності від особливостей діяльності туриста та ін. За характером вирішуваних завдань вони можуть бути приватними і універсальними, національними та міжнародними, глобальними і локальними, нормативно закріпленими та дослідницькими, що володіють більшою свободою при описі туризму та всіх процесів, з ним пов'язаних. Така різноманітність підходів ставить питання про те, які ж методологічні принципи можуть бути покладені в основу типологізації і класифікації, максимально враховує особливості туристської індустрії. Тут слід вказати на те, що ключовим принципом класифікації будь-яких соціально-економічних явищ виступає, передусім, зміст самого суспільного процесу, що дозволяє систематизувати його в залежності від тих чи інших особливостей. При цьому основними складовими подібної класифікації можуть і повинні стати як економічні, так і соціально-культурні аспекти виробництва та споживання туристських послуг. На основі цих складових здійснюються класифікація і подальша науково-дослідна діяльність як база для формування методів і механізмів оцінки туристичних потоків і з погляду статистичного аналізу, і в рамках вивчення напрямів і пріоритетів вибору туристських дестинацій, туристського споживання в контексті оцінки його обсягу, динаміки, територіальних переваг в різних регіонах світу, різноманітності та якості туристських послуг. Тому методологія дослідження можливості побудови цілісної класифікації в сфері туризму (а не просто туризму як господарської діяльності) повинна бути, по-перше, міждисциплінарною, по-друге, комплексною, і по-третє, систематизованою [3].

У цілому будь-яка інтегративна область знань, що вбирає в себе результат досліджень широкого спектру дисциплінарних областей, її специфічний аналіз реалізуються за допомогою комплексу пізнавальних методів і установок, що групуються навколо якогось смислового центру, що дозволяє переосмислювати багато уявлень та понять, що існують в рамках кожної із структурних одиниць досліджуваної області. У процесі дослідження конкретні методи, як правило, використовуються вибірково, з урахуванням їх здатності вирішувати поставлені завдання. Все це дає підстави говорити про певну трансформацію типових методів, про їх особливу інтеграцію в рамках дослідження конкретного проблемного поля, в нашому випадку — сфери туризму в розрізі класифікації його окремих елементів [4].

Таким чином, важливою теоретичною і практичною проблемою аналізу туризму як раз є питання про структурування та класифікацію. Розробка критеріїв класифікації націлюється на визначення та відбір найважливіших типологічних ознак туризму та туристської діяльності, які можуть стати основою їх виділення по групах. Завдання вироблення єдиних критеріїв і схем класифікації послуг та діяльності у сфері туризму хоча і вирішується на різних рівнях, але єдності як серед дослідників, так і серед практиків поки немає. Найчастіше класифікація здійснюється на основі національних традицій, вимог статистичного аналізу, міжкраїнових порівнянь.

Важливо, щоб ці ознаки відображали істотні властивості туризму, дозволяючи формувати типологічні групи. Наприклад, такий критерій, як "ступінь масовості", дає можливість поділяти всі послуги туризму на два типи: масові і не масові (індивідуальні). Подальша деталізація послуг за цим критерієм дозволяє в групі "немасові туристські послуги" виділити елітні, клубні, ексклюзивні, одиничні послуги. Інший критерій — "вид туристської діяльності" — дозволяє виділити такі види туризму, як пізнавальний; культурний; розважальний; рекреаційний; діловий; етнічний; релігійний; спортивний; освітній; екологічний та ін. При цьому звернемо увагу на те, що, по-перше, цей критерій хоча і виглядає досить виразно (як "вид діяльності"), але, по суті, поєднує досить різноманітні за змістом і кількістю учасників туристські практики; по-друге, кожен з виділених видів туризму за цим критерієм може бути класифікований окремо і більш розгорнуто, тим самим формуючи "дерево класифікації".

Вироблення класифікаційних критеріїв набуває чимале значення, бо в різних країнах нині діє безліч важко порівнянних підходів до створення класифікаційних схем, що вкрай ускладнює аналіз туристської діяльності та туризму як окремої сфери господарства. Найбільш численними можуть бути критерії класифікації в науковому аналізі. Адже дослідники нерідко виробляють критерії класифікації під вирішення суто теоретичних проблем у рамках досить вузького спрямування пошуків. У результаті виникає безліч різноманітних авторських підходів, що потребують додаткової систематизації. Найчастіше авторське бачення проблеми не завжди враховує практичні вимоги, що могло б полегшити угруповання різних суб'єктів, об'єктів, діяльності, послуг в туристській сфері. Практика міжгалузевих зв'язків в туризмі, а також державні та міждержавні відносини вимагають використання загальноприйнятних класифікаційних підходів і схем, якими можна було б порівняно легко оперувати в процесі господарських зв'язків. Тут на перше місце виходять нормативні документи, розроблені і прийняті UNWTO [5]. У цьому контексті як орієнтири при розробці класифікаційних ознак можуть бути використані рекомендації Всесвітньої туристської організації з розробки сателітних рахунків туризму, дані Євростату в 1997 р. Серед рахунків виділяються: рахунок виробництва в туризмі; попит на туристський продукт; виробництво доданого вартості в туризмі; зайнятість в туризмі; характеристика відвідувачів; інвестиції в туризмі; основний капітал в туризмі та ін.

Особливо важливо зробити поділ послуг туризму і діяльності в рамках даної сфери по змістовним і функціональним критеріям, тобто по найбільш значущим ознакам туризму, пов'язаним з характером праці і споживання, з областю застосування послуг та їх видами, з цілями і мотивацією туристів і т. п. Це не зовсім просте завдання, тому що в сучасному світі постійно виникають нові види туризму (екстремальний, археологічний, екологічний, промисловий, винний і в цілому гастрономічний, і багато інших видів), які набувають все більш складний за своєю природою і функціональним призначенням характер.

Науковий пошук у частині побудови розгорнутих класифікацій та проведення типологізації в туризмі, на нашу думку повинен проходити за наступними напрямками: види туризму; послуги індустрії гостинності в широкому сенсі з урахуванням сезонності; види туристської діяльності; суб'єкти діяльності у сфері туризму; об'єкти і обсяг туристського споживання; дестинації; кадри туризму; засоби розміщення і пересування; туристські ресурси; ризики туриста і виробника туристських послуг, та ін. Всі ці напрями пов'язані між собою за різними змістовно-функціональними ознаками, тим самим створюються умови для віднесення однієї і тієї ж туристської послуги в різні групи за різними критеріями класифікації.

Насамперед, відзначимо, що дати повну класифікацію сучасного туризму дуже складно, тому в рамках даної статті

ми зупинимось тільки на таких базових позиціях, як "види туризму" та "послуги індустрії гостинності". Говорячи про види туризму, проведемо аналіз в плані напрямків поїздки; потреб, що вирішуються в ході поїздки; способів пересування; засобів розміщення; рівня масовості і розглянемо наступні критерії.

Види туризму пов'язані з перетинанням туристом державних кордонів країни проживання і країн відвідування, тобто в основі такого розподілу туризму на різні види лежить національна приналежність, що дозволяє виділити: міжнародний, національний, туризм в межах країни і внутрішній туризм.

Залежно від основної потреби, зумовлюючої туристську подорож, розрізняють такі види туризму, як: лікувальний (медичний); рекреаційний (у тому числі розважальний); заняття за інтересами (полювання і риболовля, художнє і музичне творчість, тури для колекціонерів і т.п.); етнічний; побутовий; історичний; туристсько-оздоровчий; спортивний; пізнавальний; ділової; конгресовий; культовий (релігійний); подієвий; ностальгічний; транзитний; самодіяльний і багато інших. Відзначимо, що на практиці дуже часто мають місце комбіновані тури, що поєднують в одній подорожі кілька видів туризму, обумовлених різними потребами туристів, наприклад часто поєднують рекреаційний і пізнавальний, спортивний і рекреаційний види і т. п.

Залежно від способу пересування види туризму поділяються на: автомобільний; залізничний; авіаційний; теплохідних (водний); велосипедний; піший.

Залежно від засобів розміщення туристів можна назвати такі види, як: розміщення в готелі; мотелі; пансіони; кемпінгу; в туристичному селі, на турбазі і ін.

За складом групи (масовості) розрізняють: масовий туризм (подорож у складі групи); індивідуальний (даний вид туризму найчастіше реалізується у рамках ділового, наукового та оздоровчого туризму); сімейний; молодіжний (студентський); дитячий (шкільний); клубний та ін. [5].

Ще один важливий аспект аналізу з точки зору формування класифікаційних критеріїв — ділення "послуги індустрії гостинності" залежно від їх особливостей. У найзагальнішому вигляді під туристською послугою розуміється сукупність цілеспрямованих дій у сфері обслуговування, які орієнтовані на забезпечення і задоволення потреб туриста або екскурсанта, що відповідають цілям туризму, характеру та спрямованості туристської послуги, туру, туристського продукту, що не суперечать загальнолюдським принципам моралі і доброго порядку. Як будь-яка послуга вона є специфічним товаром і володіє рядом властивостей, що відрізняють її від предметних товарів: невідчужуваністю, невіддільністю від джерела й об'єкта послуги, непостійністю якості, незберігаємостю і рядом інших. Особливістю споживання туристських послуг є те, що не товар (туристський продукт) доставляється споживачеві, а споживач-турист прибуває до місця виробництва і споживання з метою отримання культурно-пізнавальних, рекреаційних, розважальних та інших послуг, пов'язаних з отриманням додаткових нових вражень, які залишаються з ним після завершення подорожі.

Говорячи про критерії класифікації туристської послуги, доцільно виділити наступні підстави. Послуги можуть бути повністю спожитими (їжа та напої) або частково спожитими (послуги розміщення в готелі); основними (вибір місця відпочинку, виду транспорту, готелі, організація харчування, культурної програми) і допоміжними (візова підтримка, супровід туристів, оформлення проїзних документів, страхування туристів); цільовими туристськими послугами (характерними для конкретної дестинації) та інфраструктурними (забезпечують перебування туриста в дестинації); базовими (купуються в пакеті, що гарантує їх обов'язкове споживання в місці відпочинку), додатковими (їх можна отримати за додаткову плату в туристському центрі), супутніми (в основному такі послуги призначені для місцевих жителів, але можуть споживатися і туристами, проте надання таких послуг несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам). Туристські послуги можуть різнитися і за такими критеріями, як сезонність, масовість, організованість, цінова політика, споживчі сегменти, якість, включення споживача в процес виробництва послуги та інші параметри.

Типові туристичні послуги включаються у схвалені Статистичної комісією ООН перелік, який налічує близько 100 позицій, об'єднаних у сім груп. Цей перелік заснований на міжнародній класифікації основних продуктів (Central Product Classification — CPC). У рамках цієї класифікації

виділяється, наприклад, група "Послуги тимчасового розміщення, надавані готелями та іншими місцями тимчасового проживання" — типовий туристський продукт, що включає наступні послуги: тимчасового проживання, надавані готелями і мотелями; оздоровчих центрів і будинків відпочинку; послуги по задачі в оренду мебльованих місць проживання.

Слід зазначити, що зв'язок між класифікацією видів туристської продукції і класифікацією видів туристської діяльності не обов'язково призводить до прямої відповідності між елементами обох класифікацій. Фактичне походження конкретного туристського продукту (послуги) не є критерієм для його агрегування в рамках однієї і тієї ж позиції. Включення продукту в класифікацію визначається виходячи з його сутності, а не галузевого походження. Кілька продуктів (послуг) східного характеру можуть бути результатом діяльності різних галузей, але класифікуватися вони будуть у рамках однієї і тієї ж категорії.

ВИСНОВКИ З ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВИДКІВ У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Як впливає з короткого розгляду деяких напрямів класифікації в сфері туризму, вироблення критеріїв і поділ туристської діяльності на групуують одиниці вимагають чималих зусиль з боку фахівців. Ця робота поки не завершилася створенням загальноприйнятих класифікаційних схем аналізу, хоча активність у рамках цього предметного поля триває. Відзначимо в той же час, що розраховувати на створення єдиної класифікації, яка буде прийнята всіма зацікавленими учасниками туристичного ринку та суб'єктами, включеними до процесів управління і регулювання цієї сфери в найближчій і навіть віддаленій перспективі, не доводиться. Проте пошук може і повинен проходити в напрямі побудови таких типологічних структур, які стануть придатними для вирішення практичних завдань і будуть використувуватися в сфері туризму в залежності від цільової установки, закладеної при побудові класифікації.

Література:

1. В первой половине 2015 года на 21 миллион международных туристов больше [Электронный ресурс]. — Электрон.-текстовые данные (850 кбайт) // World Tourism Organization UNWTO. — [Цит. 2015, 10 августа]. — Режим доступа: <http://media.unwto.org>
2. К 2030 году число международных туристов вырастет до 1.8 миллиардов [Электронный Ресурс]. — Электрон.-текстовые данные (720 кбайт) // World Tourism Organization UNWTO. — [Цит. 2011, 11 ноября]. — Режим доступа: <http://media.unwto.org>
3. Кифяк В.Ф. Организация туристической деятельности в Украине: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.Ф. Кифяк. — Чернівці: Книги — XXI, 2003. — 300 с.
4. Осокина И.В. Методология и история изучения сервиса [Электронный ресурс] / И.В. Осокина. — Режим доступа: <http://servicology.ru/glossary/m/107.html>
5. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations Publication. Madrid; New York, 2008.
6. Пуцентейло П.Р. Экономика и организация туристично-готельного підприємництва: навч. пос. / П.Р. Пуцентейло. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 344 с.

References:

1. World Tourism Organization UNWTO (2015), "In the first half of 2015 to 21 million international tourists", available at: <http://media.unwto.org> (Accessed 20 May 2016).
2. World Tourism Organization UNWTO (2011), "By 2030 the number of international tourists will increase to 1.8 billion", available at: <http://media.unwto.org> (Accessed 11 May 2016).
3. Kyfyak, V. F. (2003), Organizaciya turisticnoї diyal'nosti v Ukraini [The organization of tourism activities in Ukraine], Knigi — XXI, Sernivci, Ukraine.
4. Osokina, I. V. (2015), "Methodology and history of the study of service", Servisologiya, [Online], vol. 3, available at: <http://servicology.ru/glossary/m/107.html> (Accessed 18 May 2016).
5. United Nations Publication (2008), "International Recommendations for Tourism Statistics 2008", Madrid, New York.
6. Putsentylo, P. G. (2007), Ekonomika i organizaciya turisticno-gotel'nogo pidpriemnictva [Economics and organization of tourist and hotel enterprise], Centr uchbovoї literaturi, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 31.05.2016 р.