

А.В. КОЛОДИЙЧУК,

к.е.н., доцент, Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Туризм як вид підприємницької діяльності на селі

У статті наведено різні підходи щодо трактування сутності поняття «туризм». Наведено основні класифікаційні види туризму, зокрема: за організаційними формами та за цільовими ринками. Дано визначення сільського аграрного туризму та виділено три різновиди нинішнього сільського аграрного туризму в Україні, зокрема: агротуризм, сільський зелений туризм, екотуризм. На основі узагальнення різних наукових підходів визначено основні функції підприємницької діяльності в туризмі. Окреслено основні напрями державної політики в галузі туризму в Україні.

Ключові слова: туризм, підприємництво в туризмі, ринок, сільський зелений туризм, державна політика, агротуризм, екотуризм в туристичній галузі, бізнес, комерція, франчайзинг.

А.В. КОЛОДИЙЧУК,

к.э.н., доцент, Ужгородский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

Туризм как вид предпринимательской деятельности на селе

В статье приведены различные подходы к трактовке сущности понятия «туризм». Приведены основные классификационные виды туризма, в частности: по организационным формам и по целевым рынкам. Дано определение сельского аграрного туризма и выделены три разновидности нынешнего сельского аграрного туризма в Украине, в частности: агротуризм, сельский зеленый туризм, экотуризм. На основе обобщения различных научных подходов определены основные функции предпринимательской деятельности в туризме. Очерчены основные направления государственной политики в сфере туризма в Украине.

Ключевые слова: туризм, предпринимательство в туризме, рынок, сельский зеленый туризм, государственная политика, агротуризм, экотуризм в туристической отрасли, бизнес, коммерция, франчайзинг.

A.KOLODIYCHUK,

PhD, Associate Professor of Uzhgorod Trade and Economic Institute
of the Kyiv National Trade and Economic University

Tourism as a type of business on the rural territories

In the paper different approaches to the interpretation of the essence of the concept of «tourism» are presented. The basic classification types of tourism, in particular: by the organizational forms and the targeted markets are showed. The definition of rural agricultural tourism are done and three varieties of modern rural agricultural tourism in Ukraine, including: agritourism, rural green tourism, ecotourism is highlighted. Based on the synthesis of different scientific approaches the basic functions of business activities in tourism are determined. The basic directions of the state policy in the sector of tourism in Ukraine are defined.

Keywords: tourism, business in tourism, market, rural green tourism, public policy, agrarian tourism, ecotourism in tourism industry, business, commerce, franchising.

Постановка проблеми. У розв'язанні проблем сільських територій важлива роль відводиться туристичній підприємницькій діяльності в аграрній сфері. Сільський аграрний туризм розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та один із засобів подолання багатьох сільських проблем. Пріоритетність розвитку туристичної підприємницької діяльності в аграрній

сфері України зумовлена наступними обставинами, зокрема: 1) створення та розвиток агро-рекреаційного сервісу вирішує ряд гострих соціальних проблем багатьох регіонів, зокрема, масового безробіття, закордонного заробітчанства, складного соціального клімату; 2) розвиток туризму в аграрній сфері стимулює як форми сімейного господарювання, так і мале підприємництво, важливі для оздоровлення економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питання розвитку сільського аграрного туризму присвячені праці Т.М. Булаха, В.В. Гловацької, Т.П. Кальна-Дубінюк, Н.Є. Кудли, Н.В. Липчук, Л.А. Мерлян, В.К. Терещенка та інших науковців. Однак, високо оцінюючи їхні теоретичні та практичні напрацювання щодо визначення, організації і управління діяльністю підприємств сільського аграрного туризму, необхідно розвивати теоретичну тематику. Так, на даний час існує ціла низка невирішених проблем у напрямку управління туристичною підприємницькою діяльністю в аграрній сфері, які потребують подальших досліджень у цьому напрямі.

Мета статті – визначити сутність і окреслити методологічний підхід до дослідження проблеми управління розвитком туристичного підприємництва в аграрній сфері.

Виклад основного матеріалу. Туризм більшістю фахівців визнано як складний соціально-економічний, культурний і психологічний феномен, значення якого у майбутньому зростатиме в усіх сферах суспільного життя. Системні та комплексні передумови для розвитку туризму в Україні визначено пріоритетними щодо забезпечення розвитку нашої країни та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення рівня життя населення [1].

Туризм у сучасному світі зазвичай розуміють як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [3].

Характерною рисою трансформаційних процесів в економіці України є активізація діяльності підприємств туристичної індустрії.

Кількість поїздок у світі до 2020 року, за прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), досягне майже 1,6 млрд. туристських прибуттів, з яких 717 млн. припадає на Європу [5], включаючи країни СНД, а отже і Україну, де туризм, як очікується, розвиватиметься випереджаючими темпами порівняно з європейським регіоном.

Відносно трактування розуміння туризму існує велика кількість підходів, що дає змогу об'єднати різні погляди і визначення в кілька груп: 1) туризм – це різновид рекреації; 2) туризм – це одна з форм міграції населення; 3) туризм – це складне соціально-економічне явище.

У першу групу входять визначення, що характеризують туризм як різновид рекреації, систему і форму проведення вільного часу шляхом використання сфери послуг у походах і поїздках, які поєднують активний відпочинок і зміцнення здоров'я людини з підвищенням її загальної культури та освіченості.

Друга група визначень розглядає туризм як одну з форм міграції населення, пов'язує з актом руху, подорожі, подолання простору і виступає як інструментарій статистики туризму.

Третя група визначень характеризує туризм як складне соціально-економічне явище, розкриває його внутрішній зміст в єдності різноманіття властивостей і відносин [2].

Розмаїтість потреб та інтересів суб'єктів ринку туристичних послуг зумовлює появу відповідних видів туризму. Класифікація в туризмі має дуже велике значення, передусім із практичної точки зору. Адже вона дає змогу виявити основні тенденції в попиті на туристичні продукти, а, отже, безпомилково формувати туристичну пропозицію, ефективно розміщувати ресурси, планувати нові або змінювати старі туристичні маршрути.

На сьогодні є такі основні класифікації туризму:

- за організаційними формами: міжнародний (в'їзний та виїзний), внутрішній;

- за цільовими ринками: діловий, етнічний, історичний, культурний, рекреаційний, екологічний, сільський («зелений», аграрний), соціальний, дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, пригодницький, автомобільний, мисливський, самодіяльний, підводний, гірський тощо. Вищенаведені види туризму мають неоднаковий рівень розвитку та використання наявного потенціалу в різних країнах (регіонах, населених пунктах).

Розглянемо спочатку феномен сільського аграрного туризму.

Сільський аграрний туризм – це вид туризму, який передбачає тимчасовий виїзд особи з місця проживання в сільську місцевість в оздоровчих, пізнавальних чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності.

На основі узагальнення наукових праць виділено три різновиди нинішнього сільського аграрного туризму в Україні, зокрема: агротуризм, сільський зелений туризм, екотуризм.

Агротуризм – це вид сільського аграрного туризму, як пізнавального, так і відпочинкового характеру, пов'язаний з використанням підсобних господарств населення, або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовуються в аграрній сфері;

– сільський зелений (відпочинковий) туризм – це туризм, базою розвитку якого є капітальний житловий фонд на садибах господарів і наявні природні, рекреаційні, історико–архітектурні, культурно–побутові й інші надбання тієї чи іншої місцевості;

– екотуризм – науково–пізнавальний вид сільського аграрного туризму, характерний для сільських місцевостей і сіл, розташованих у межах територій національних парків, заповідних зон, природних парків тощо, де передбачено відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовано види розважального відпочинку.

Формування й використання потенціалу підприємцями туристичного ринку і є суттю поняття «підприємництво в туризмі». Ключовою особливістю нового трактування концепції підприємництва в туризмі є його комплексна інтеграція в систему національної та міжнародної туристичної індустрії, де для поєднання товарів і послуг, пропонованих підприємцями туристичної галузі, в одному значенні використовується термін «турпродукт».

Науковці Н.О. Степаненко та В.О. Степаненко визначають головну мету підприємницької діяльності в туризмі в розробленні маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і наданні туристичних послуг, комплектуванні туристичного продукту відповідно до попиту споживачів з вигодою (прибутком) для себе. Якщо діяльність не передбачає одержання прибутку, то вона не відноситься до підприємницької [6].

В Україні, завдяки давнім традиціям і новітнім досягненням аграрної науки, займатися сільським господарством можна майже будь–якій людині, що пройшла відповідну нескладну підготовку, досить часто – практичним шляхом. Підприємництво – це сукупність особливих якостей особи, яка здійснює господарську діяльність у межах чинного законодавства на основі творчості, готовності до ризику, ініціативності тощо і проявляється як підприємницька діяльність.

На основі узагальнення різних наукових підходів визначено основні функції підприємницької діяльності в туризмі [4]:

1) ресурсну – формування й ефективно використання власного та позичкового капіталу, туристичних, інформаційних і людських ресурсів;

2) організаційно–супровідну – практична організація виробництва туристичних послуг, маркетингу, продажу, реклами, фінансового та податкового планування власного бізнесу;

3) бізнесову – уміння ризикувати в туристичному бізнесі;

4) технологічну – дотримання технологій розробки, просування й продаж турпродукту на ринку;

5) інноваційну – генерування сучасних технологій, новаторських ідей, бізнес–проектів для формування конкурентоспроможного продукту;

6) соціальну – забезпечення економічних інтересів найманого персоналу;

7) якісного сервісу – розробка заходів щодо залучення та розширення клієнтської мережі споживачів турпослуг, контролю якості послуг туристичного споживання.

У сучасній економіці туризму підприємництво може бути:

1) бізнесом – системою ведення справи, яку люди створили для задоволення своїх підприємницьких потреб;

2) комерцією – торгівельною діяльністю фахівців, спрямованою на прискорення реалізації турпослуг й одержання торгівельного прибутку;

3) франчайзингом як особливою формою господарювання – право вести турбізнес від імені й під торгівельною маркою франчайзодавця – лідера туріндустрії.

З іншого боку, підприємництво в туризмі можна розглядати, як особливий стиль економічної поведінки суб'єкта туристичної діяльності, в основі якої постійний пошук нових виробничих можливостей туріндустрії, новітніх форм обслуговування туристів і ресурсів для власного бізнесу.

На туристичному ринку України поширені три основні організаційно–правові форми підприємницької діяльності: 1) одноосібна власність; 2) товариства (партнерства); 3) дочірні підприємства юридичних осіб.

Туристична галузь України, зважаючи на економічну і політичну нестабільність, залишається чи не єдиною сферою національного господарства, яка щороку нарощує показники динаміки розвитку та має позитивні структурні зрушення.

Туристичний бізнес належить до підприємництва сфери надання послуг населенню (споживачам).

Основними напрямками державної політики в галузі туризму згідно із Законом «Про туризм» є такі [3]: залучення громадян до раціонального використання вільного часу, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, природним середовищем, організація оздоровлення населення; забезпечення раціонального використання та збереження туристичних ресурсів, створення ефективної системи туристичної діяльності для забезпечення потреб внутрішнього й іноземного туризму; створення та вдосконалення нормативно-правової бази в галузі туризму відповідно до чинного законодавства України, міжнародних норм і правил; створення сприятливого для розвитку туризму податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів контролю; створення економічних умов, які стимулюють розвиток туризму в Україні; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної індустрії; встановлення порядку стандартизації, сертифікації та ліцензування в галузі туризму; впровадження системи статистичної звітності суб'єктів туристичної діяльності; створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації туристичних кадрів; розвиток співробітництва із зарубіжними країнами та міжнародними організаціями.

Вирішення цих головних завдань потребує державного фінансування за двома основними напрямками: залучення туристів на вибраних цільових ринках (рекламно-інформаційна діяльність, зокрема виставкова, створення інформаційних центрів, національного туристичного Інтернет-порталу); приведення національних нормативів, стандартів безпеки, якості товарів і послуг у відповідність з міжнародними.

Протягом останніх років політика держави в напрямку фінансування туризму не є стабільною. Основними статтями, пов'язаними з фінансуванням сфери туризму в межах Державного бюджету України, є такі:

- фінансова підтримка створення умов безпеки туристів і розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей;
- фінансова підтримка розвитку туризму;
- прикладні розробки у сфері розвитку культури і туризму.

Недостатня увага приділяється таким чинникам підвищення туристичної привабливості дер-

жави, як спрощення прикордонних і митних формальностей, паспортно-візового режиму тощо.

Туризм як вид економічної діяльності та соціальний інститут має чітку орієнтацію на використання природних ресурсів і культурної спадщини. Тому важливим його напрямом є ефективне й раціональне використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини з одночасним їх збереженням і відновленням, профілактика та мінімізація негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє природне середовище.

Важливим чинником впливу держави на туристичну індустрію є фінансова політика. Нагальна необхідність її реформування зумовлена невпинним погіршенням стану матеріально-технічної бази туризму.

Вирішити проблему накопичення достатніх інвестиційних ресурсів окремі підприємства самотійно не в змозі, тому провідна роль у цьому процесі, безперечно, має належати державі. Втім очікуваних кроків з її боку практично не спостерігається: пільгових умов оподаткування та залучення іноземних інвестицій не створено; через дефіцит бюджетних коштів пряме фінансування та державне кредитування галузі майже відсутні. Реальні перспективи залучення інвестицій у фінансування проектів розвитку підприємств української туристичної індустрії відкриває участь у спільних міжнародних програмах, що охоплюють широкий комплекс проблем. Однак в Україні необхідної державної підтримки в цьому питанні поки що не спостерігається.

Висновки

Сучасні тенденції розвитку аграрної сфери України визначають актуальність впровадження туристичного підприємництва в аграрній сфері як дієвого фактору, за допомогою якого будуть вирішені ряд економічних та соціальних проблем сільських територій. Організація відпочинку на селі є одним із найперспективніших напрямів відродження та розвитку українського села, підвищення економічного рівня всього регіону та країни в цілому. Одним із найважливіших напрямів державної політики у туристичній галузі є підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури, створення позитивного образу України як туристичної держави та активізація просування національного туристичного продукту на внутрішньому, та міжнародному ринках туристичних послуг завдяки організацій-

ній і фінансовій підтримці підприємств та організацій туристичної галузі центральними і місцевими органами виконавчої влади.

Список використаних джерел

1. Адизес И. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует / И. Адизес; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 262 с.
2. Бузудалов И.Н. Аграрные отношения: теория, историческая практика, перспективы развития / И.Н. Бузудалов, Э.Н. Крылатых, А.А. Никонов. – М.: Наука, 1993. – 405 с.
3. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. №1282-IV // Верховна Рада України. – К.: Парламентське видавництво, 2003. – 20 с.

4. Молнар О.С. Функції та структура туристично-рекреаційного комплексу регіону / О.С. Молнар, В.В. Сержанов, Ф.А. Важинський // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка: збірник наукових праць. – 2008. – Вип. 26. – С. 30–36.

5. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/>

6. Степаненко Н.О. Умови розвитку туристичного бізнесу в Україні / Н.О. Степаненко, В.О. Степаненко // Вісник національного технічного університету «ХПІ»: зб. наук. пр.: темат. вип. / Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. – Х.: НТУ «ХПІ», 2012. – Вип. 4: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – С. 47–53.

УДК 334.758

В.М. МАРЧЕНКО,
д.е.н., НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського»

Ефективність використання ресурсів в процесі злиття та поглинання корпорацій

В статті представлено групування мотивів злиття та поглинання корпорацій за критерієм джерела отримання майбутньої ефективності. Виявлено, що в системі мотивів найбільшу групу становлять ресурсні мотиви, ефективність реалізації яких досягається за рахунок отримання комплементарного та синергетичного ефекту злиття та поглинання. Комплементарний ефект використання ресурсу забезпечується завдяки взаємодоповненню, заміщенню, комбінуванню ресурсів. Синергетичний ефект – це ефект нелінійних взаємодій в процесі об'єднання та використання трудових ресурсів корпорацій.

Ключові слова: ресурси, мотиви, комплементарний ефект, синергетичний ефект, злиття та поглинання.

В.Н. МАРЧЕНКО,
д.э.н., НТУУ «КПИ им. И. Сикорского»

Эффективность использования ресурсов в процессе слияния и поглощения корпораций

В статье представлены группировки мотивов слияния и поглощения корпораций по критерию источника получения будущей эффективности. Выявлено, что в системе мотивов наибольшую группу составляют ресурсные мотивы, эффективность реализации которых достигается за счет получения комплементарного и синергетического эффекта слияния и поглощения. Комплементарный эффект использования ресурса обеспечивается благодаря взаимодополнению, замещению, комбинированию ресурсов. Синергетический эффект – это эффект нелинейных взаимодействий в процессе объединения и использования трудовых ресурсов корпораций.

Ключевые слова: ресурсы, мотивы, комплементарный эффект, синергетический эффект, слияния и поглощения.

V. MARCHENKO,
doctor of science, NTUU «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Efficiency of deployment of resources in the process of mergers and acquisitions of corporations

In the article the grouping of motives of mergers and acquisitions of corporations by sources of future performance criterion is represented. It is revealed that the major group of motives is the resource