

## ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА: ПОНЯТТЯ ТА СКЛАДОВІ

*Кривега К.В. (м. Запоріжжя)*

### **Анотація**

*В статті розглядаються підходи до вивчення інфраструктури туристичного бізнесу в Україні та концептуальні засади її стратегічного розвитку, удосконалення індустрії туризму та досягнення високого рівня соціально-економічної ефективності.*

### **Ключові слова**

ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА, ТУРИСТИЧНИЙ КОМПЛЕКС, СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ, ТУРИСТИЧНІ ПОТРЕБИ, ТУРИСТИЧНА АКТИВНІСТЬ, ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, КОМУНІКАЦІЯ, ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ.

### **Вступ**

Актуальність теми обумовлюється невідомо зростаючою роллю туристичного бізнесу в соціально-економічному зростанні сучасного суспільства. Зважаючи на це, навіть у тих країнах, де він ще не посів домінуючого місця в структурі дозвілля, а це стосується і сьогоденної України, туризм привертає до себе увагу як та ланка економічної діяльності, котра здатна забезпечити значний і суттєвий господарський, фінансовий та соціальний ефект. Саме з цієї причини досить актуальним у науковому плані є дослідження феномена інфраструктури туризму, його соціально-економічних чинників, з метою з'ясування шляхів та способів подальшого розвитку й удосконалення індустрії туризму, збагачення її соціокультурного змісту та досягнення високого рівня соціально-економічної ефективності.

В умовах ринкових форм господарювання проблема формування ефективної ринкової інфраструктури туризму є надзвичайно актуальною. Ефективно діюча сучасна туристична інфраструктура є важливим чинником формування конкурентоспроможної вітчизняної туристичної галузі у світовому розподілі праці.

Проблема розробки концептуальних засад розвитку туристичної інфраструктури в науковій літературі є малодосліджуваною, тематично розпорошеною в окремих галузях гуманітарного та економічного знання. Основну увагу науковці (Мініч І.М. [1], Щепанський Е.В. [2], Гайдук А. [3] ) зосередили на з'ясуванні сутності та виявленні головних ознак окремих складових туристичної інфраструктури, на аналізі особливостей функціонування готелів та інших елементах туристичної інфраструктури тощо. Питання, пов'язані зі з'ясуванням місця і ролі туристичної інфраструктури в функціонуванні туристичної галузі та в соціально-економічній системі суспільства розроблені далеко не повною мірою. До останнього часу поза увагою дослідників залишалися питання про посилення ролі та

значення туризму на макрорівні суспільного розвитку. Винятком є робота О.В. Головащенко [4].

**Мета статті:**

- розробка понятійно-категоріальної бази теоретичної інфраструктури;
- аналіз інфраструктури туризму як складної проблеми трансформаційних відносин України;
- пошуки шляхів посилення ролі та значення туризму на мікрорівні суспільного розвитку.

**Обговорення проблеми**

За оцінками фахівців Всесвітньої туристичної організації (ВТО) питома вага туризму в створенні валового національного продукту 2010 року має сягнути як мінімум 11-12%. В Україні частка послуг туристичної та курортної галузей у ВВП дорівнювала лише 1,32 % у 2000 р., 1,36 % у 2001 р., 1,39 % у 2002 р. та 1,56 % у 2003 р. Це обумовлює необхідність наукового пошуку шляхів подальшого інтенсивного розвитку туристичної інфраструктури України.

Опосередкований вклад туризму в економіку майже дорівнює безпосередньому. Турбізнес стимулює розвиток таких галузей господарства, як будівництво, транспорт, торгівля, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо. За шкалою споживання турпродукт посідає третє місце після харчування та житла. Дотепер в системі наукових досліджень проблем розвитку інфраструктури туризму – економічним та соціокультурним аспектам - не приділялося належної уваги. Низький рівень використання потужного туристського потенціалу України пояснюється не лише недоліками державної політики, а й недостатньою теоретичною обґрунтованістю соціально-економічної стратегії його освоєння як на національному, так і на регіональному рівнях. При розробці проблеми формування оптимальної туристської інфраструктури слід виходити з визнання того, що ринкова інфраструктура призначена для регулювання взаємодії елементів ринкової системи, оптимізації руху товарно-грошових потоків і забезпечення розвитку ринкових взаємовідносин, а вплив на виробництво через інфраструктуру є найбільш ефективним засобом регулювання економіки.

Зазначимо, що *інфраструктуру туризму* можна розглядати як комплекс видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристських послуг. Слушним є і розуміння туристичної інфраструктури як сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів. Якщо в першому випадку акцент ставився на діяльнісному, динамічному аспекті, то в другому випадку наголошується на матеріально-технічному, статичному прояві туристичної інфраструктури. Близьким за змістом є і понятійна конструкція «туристична індустрія», яку слід тлумачити як

сукупність суб'єктів туристичної діяльності, підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів. Туристична інфраструктура сприяє виробництву туристичного продукту - попередньо розробленому комплексу туристичних послуг, який поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням, наприклад, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо. В нормативно-правових актах використовується також поняття «туристичні ресурси України», яке тлумачиться як »пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності» [5].

Під *інфраструктурою туристичного бізнесу* розуміють також сукупність організаційних структур і нормативно оформлених процедур, що забезпечують функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності і регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та зовнішнім (соціальним і природним) середовищем. На думку А.Гайдук, структуру туристичної ринкової інфраструктури можна представити у вигляді трьох складових: інституційної, інформаційної, регламентуючої [1,173]. Інституційну складову становлять загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди тощо) і спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо). Інформаційна складова містить такі елементи як: - розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації); - інформаційний та рекламний бізнес; - інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективно використання туристичного потенціалу регіону). Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства. Правова регламентація розвитку туристичної інфраструктури здійснюється: на державному рівні – Верховною Радою, Кабінетом Міністрів, Міністерством економіки, на регіональному рівні – місцевими органами влади та самоврядування.

Цопа Н.В. використовує поняття „туристичний комплекс” і вважає, що туристичний комплекс є складною системою, що складається з зовнішнього і внутрішнього середовища. Макросередовище туризму можна розглядати з позиції PEST аналізу (політичні, економічні, соціально-демографічні, технологічні фактори),

однак для туризму важливе значення має природно-географічний фактор, у зв'язку з чим він виділений окремо. Складені елементи туристичного комплексу України, згідно класифікатора галузей народного господарства, відносяться до різних галузей. У зв'язку з цим існує об'єктивна необхідність вивчення й аналізу туристичного комплексу як соціально-економічної системи, на котру буде спрямовано керуючий вплив [6, 7].

Слушною є думка, що туристична інфраструктура обумовлена туристським споживанням. Туристське споживання у вартісному вимірі складається з сукупності туристських витрат. А основними туристськими витратами є : комплексні тури (пакет послуг); послуги розміщення (короткотермінового проживання); харчування та напої; послуги пасажирського транспорту, екскурсійне обслуговування; послуги перекладача; організаційні послуги туроператора, турагента; рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи; придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідання магазинів; страхування; інші (у т.ч. фінансові послуги, оренда транспортних засобів тощо) [8].

Туристські витрати – споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійсненні ним перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідання. Саме сприяння задоволенню туристських потреб та можливості здійснити необхідні споживчі витрати туристом і повинно стати головною метою розвитку туристичної інфраструктури. Треба відзначити, що туризм безпосередньо або опосередковано, через туристське споживання, здійснює стимулюючий вплив на розвиток таких видів економічної діяльності, як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, фінансове посередництво, діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо; стимулює поживлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць. Туристське споживання активно підтримує існування та розвиток народних ремесел, національної культурної спадщини.

*Туристична інфраструктура охоплює:*

– *туристичні ресурси* – сукупність природних, історичних, культурних, соціально-економічних та інших ресурсів відповідної території, які задовольняють різні потреби туриста;

– *суб'єктів туристичної діяльності* – суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством тієї чи іншої країни порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності; такий суб'єкт туристичної діяльності як *туроператор* безпосередньо та регулярно здійснюють діяльність щодо створення турпродукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг.

– *туристичну індустрію* – сукупність суб'єктів туристичної діяльності, організаційні структури підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів;

– *туристичні послуги* – послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів;

– *туристичний продукт* – попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною. Сюди входять: а) послуги перевезення; б) послуги проживання; в) інші туристичні послуги, не пов'язані із перевезенням і проживанням.

Туристична інфраструктура виконує функції забезпечення функціонування та взаємодії суб'єктів туристичної сфери та регулювання матеріальних, фінансових та інформаційних потоків.

Треба визначити, що туристична інфраструктура обумовлена перш за все тим специфічним комплексом потреб людини, який задовольняється туризмом і який має достатню мотиваційну силу, щоб спонукати сотні мільйонів людей у світі до туристичних подорожей.

У туристичній життєдіяльності людина реалізує різноманітні потреби: рекреаційні та емоційно-чуттєві (у задоволенні від краси природи, історичних і культурних пам'яток, а також емоційно орієнтованому спілкуванні з іншими індивідами як всередині туристичного середовища, так і з представниками місцевого населення), пізнавальні (у більш глибокому, аніж за звичайних умов, пізнанні та осягненні іншого „життєвого світу”) та потреби у самореалізації.

Потреби людини, що подорожує, треба розглядати в контексті суспільних потреб. Туристи є, як правило, найбільш динамічною частиною суспільства, і тому можна зі значною мірою вірогідності стверджувати, що вони мають найрозвиненіші суспільні потреби. Більше того, туристична діяльність сприяє не тільки задоволенню, але й розвитку потреб як її суб'єктів, так і суспільства в цілому, причому ці потреби спрямовані переважно у суспільно корисному напрямку.

Туристична діяльність пов'язана з усіма сферами життєдіяльності суспільства, а найтісніше – з матеріальною та духовною, які є власне сферами побутування туризму та його інфраструктури і тісно пов'язані з самою його сутністю та природою. Соціально-економічна та політична сфери життєдіяльності суспільства також пов'язані з туризмом, хоча ставлення його суб'єктів до них дещо інше, оскільки на час подорожі вони тимчасово самовилучаються з повсякденних, звичних соціальних і політичних

відносин і занурюються у позитивні відносини доброзичливості та солідарності на противагу рутині звичайного повсякдення.

Виокремлюються три основні стадії або етапи комунікативного процесу в туризмі. По-перше, – комунікація туриста у власному найближчому соціальному оточенні (сім'я, друзі) з приводу своєї майбутньої подорожі ще до початку її здійснення. По-друге, – комунікація з навколишнім природним і соціокультурним середовищем під час самої туристичної мандрівки. Саме тут відбувається безпосередня комунікація між представниками різних народів, соціумів, культур. По-третє, – комунікація туриста у власному первинному соціальному середовищі після повернення з подорожі [8].

Міжнародним співтовариством цей процес найвірогідніше сприймається як формування, функціонування та розвиток певної інфраструктури, яка, з одного боку, забезпечує постійний безпосередній контакт соціокультурних систем різних народів, а з іншого боку, в цій взаємодії поступово формується єдиний глобальний соціокультурний простір при збереженні самотності національних культур.

Результат такої комунікації не зникає безслідно, а зберігається у соціокультурній пам'яті суб'єктів і є відправною точкою наступного вдосконалення вітчизняної туристичної інфраструктури. Внаслідок цього зміст і основні ідеї іншої культури та способу життя певною мірою стають “своїми”, “привласнюються”. Отже, хоча у туристичній комунікації бере участь лише певна частина членів того чи іншого соціуму, проте крос-культурна комунікація між соціумами та народами аж ніяк не вичерпується результатами спілкування безпосередніх учасників туристичної подорожі, а розповсюджується на обидва соціуми або переважну їх частину [8].

*Основою інфраструктури туризму є готельне господарство, що матеріально забезпечує функціональну гостинність. За умов ринкових відносин надання туристських послуг, з одного боку, потребує уніфікації і стандартизації послуг, а з іншого, – оскільки мотивом туристських подорожей є прагнення до знайомства і безпосереднього контакту з унікальною, самотньою культурою певного народу, – воно має бути також неповторним і самотнім. Стандартизуватися повинні лише рівні комфортності, ті сторони та властивості послуг, що мають вартісний характер і, отже, можуть бути оцінені за певним грошовим еквівалентом. Всі інші сторони та складові обслуговування мають бути унікальними, етнічно, регіонально самотніми, тобто їх стандартизація є небажаною, але останніми роками в практиці готельних підприємств України склалося снобістське тяжіння до “вестернізації” туристських послуг.*

### ***Висновки***

**Отже, туристична інфраструктура** – це сукупність соціальних інститутів, організаційних структур та нормативно оформлених

процедур, а також стан соціально - політичного клімату і суспільної свідомості в країні, що забезпечують безпечне функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності, регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та навколишнім (соціальним і природним) середовищем і використовуються для задоволення потреб туристів.

**Перспективи подальших наукових досліджень:**

- ✓ формування концепції туристичного бізнесу в Україні та його соціальної інфраструктури;
- ✓ пошуки шляхів оптимізації туристичного бізнесу в Україні;
- ✓ аналіз туризму в глобальному комунікаційному просторі;
- ✓ пошуки шляхів оптимізації вітчизняної туристичної інфраструктури.

**Джерела**

1. Мініч І.М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: Автореф. дис. канд. соц. наук. // 22.00.04 – економічна соціологія. – Інститут соціології НАН України. – Київ, 2002. – 16 с.

2. Щепанський Е.В. Науково-методичні засади стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / Науково-дослідний економічний ін-т Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України. – К., 2003. – 17с.

3. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг // Регіональна економіка. – 1999. – №2. – С. 172-178.

4. Головашенко О.В. Соціальні функції та види туризму в перехідному суспільстві // Нова Парадигма: Альманах наукових праць.- Запоріжжя: Просвіта, 2000. – Випуск 18. – С. 23-27.

5. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про туризм" // Відомості Верховної Ради. – 2004. – № 13. – С.180 .

6. Цопа Н.В. Менеджмент міжнародного туризму (на прикладі Автономної Республіки Крим). Автореф дис. канд. екон. наук: 08.06.02 – Підприємництво, менеджмент та маркетинг/ Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського – Донецьк, 2002. – 20 с.

7. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності // Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України від 12.11.2003, № 142/ 394.

8. Слободенюк Е.В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії // АВТОРЕФЕРАТ дис. канд. філос. наук/ Інститут філософії імені Г.С.Сковороди НАН України. – Київ, 2003. – 18 с.

*Стаття надійшла 24.02.2005 р.*