

УДК 338.48:330.3

І. С. Гурська,

к. е. н., доцент, завідувач кафедри економіки підприємства,
Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів
і природокористування України "Бережанський агротехнічний інститут"
ORCID: 0000-0003-0547-6799

З. М. Герасимів,

к. г. н., доцент кафедри економіки підприємства,
Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів
і природокористування України "Бережанський агротехнічний інститут"
ORCID: 0000-0002-2505-2769

DOI: 10.32702/2306-6792.2019.20.88

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ РИНКУ

I. Hurska,

PhD in Economics, Associate Professor, Professor of the Department of economics of the enterprise
Separated Subdivision of National University of Life and Environmental Sciences
of Ukraine "Berezhany Agricultural Institute"

Z. Gerasymiv,

PhD in Geographic sciences, Associate Professor of the Department of economics of the enterprise
Separated Subdivision of National University of Life and Environmental Sciences
of Ukraine "Berezhany Agricultural Institute"

FACTORS OF TOURIST BUSINESS DEVELOPMENT IN THE MARKET CONDITIONS

У статті доведено, що туризм є перспективною галуззю національної економіки, який забезпечить наповнення державного бюджету України. Розглянуто фактори, які впливають на процеси розвитку туристичного бізнесу в умовах ринкової економіки України. Визначено сутність поняття факторів туристичного бізнесу, а також проведено їх класифікацію. Обґрунтовано властивості та функції туристичного бізнесу в Україні. Проаналізовано внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на специфіку формування туристичного продукту, структуру та динаміку туризму, туристичний бізнес. Визначено основні умови та сформовано проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Доведено важливу роль розвитку туристичного бізнесу для національної економіки країни та зазначено основні організаційні фактори, що впливають на розвиток туристичної галузі в умовах ринку.

The article presents a set of factors that influence the development of the tourism business and its effective functioning in the Ukrainian market. The essence of the concept of tourism business is summarized and the classification of its development factors is made. It is established that the prospects for the development of the tourism industry, namely the growth of economic attractiveness of tourist activity of Ukraine, is to create favorable conditions for the effective functioning of the subjects of tourism business in the market and to determine the factors that influence the development of the tourism industry, assessing their impact in conditions of market transformations.

The internal and external factors that influence the specificity of tourism product formation, structure and dynamics of tourism and tourism business are analyzed. The combination of these factors shapes the tourism market and creates an environment for business activity that influences supply and demand and supports the activities of the national tourism industry to create an appropriate tourism product.

It is proved that for the effective functioning of the tourism business as a promising branch of the national economic system it is necessary to provide certain conditions, which include: stability of state and economic policy; preferential tax treatment for social tourism; an advanced business support infrastructure, ranging from licensing to government regulation and control; flexible market mechanism for tourism participation in globalization processes and in the integration of Ukraine into European and world economic structures.

The main directions of development of tourist business in Ukraine are establishing mechanisms of cooperation of public authorities with public, scientific and business structures to increase the level of security at tourist sites and routes, infrastructure arrangement and information support of tourist sites and routes, improvement of tax legislation, which will help to invest in tourism infrastructure and sanatorium and resort complex.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, туристична галузь, фактори розвитку, туристичний ринок, національна економіка, державне регулювання.

Key words: tourism, tourism business, tourism industry, development factors, tourism market, national economy, state regulation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Туристичний бізнес в Україні є однією з прибуткових форм торгівлі послугами, розвиток якого впливає на головні сегменти національної економіки, як-от: промисловість, будівництво, транспорт, сільське господарство, побутове обслуговування, малий та середній бізнес. Ефективний розвиток туристичної галузі забезпечить розвиток інфраструктури й сприятиме зайнятості місцевого населення.

Формування та розвиток туристичного бізнесу неможливий без досліджень сучасного стану та перспектив розвитку галузі туризму, а саме зростання економічної привабливості туристичної діяльності України, створення сприятливих умов для ефективного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу на ринку. Тому визначення факторів, які вплива-

ють на розвиток туристичної галузі, та оцінка їх впливу в умовах ринкових трансформацій є досить актуальною.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Слід зазначити, що дослідження факторів розвитку туристичного бізнесу та ринку туристичних послуг в Україні не втрачають своєї актуальності протягом тривалого періоду часу. Проблеми, умови та фактори, які формують ефективне функціонування ринку туристичних послуг і впливають на розвиток туристичного бізнесу в Україні, постійно знаходяться в центрі уваги вітчизняних учених, як-от: Василюхи Н.В., Бурдейного В.А., Гриценюк Н.І., Готько Н.М., Дядечко А.П., Жукова Н.А., Кудли Н.Є., Кутузової О.Є. та інших.

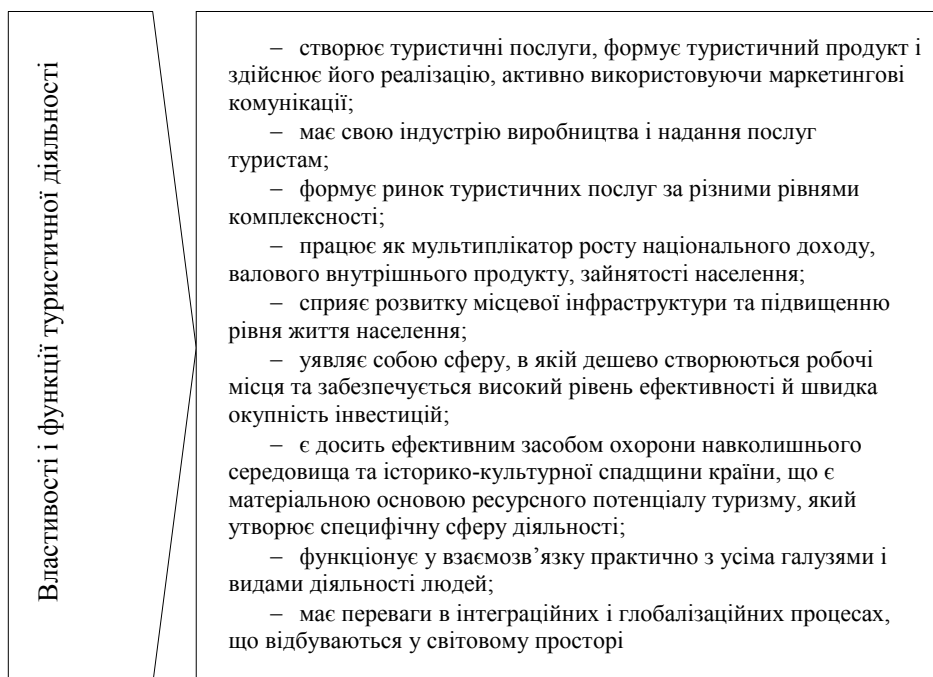


Рис. 1. Властивості та функції туристичного бізнесу в Україні

Джерело: [2].

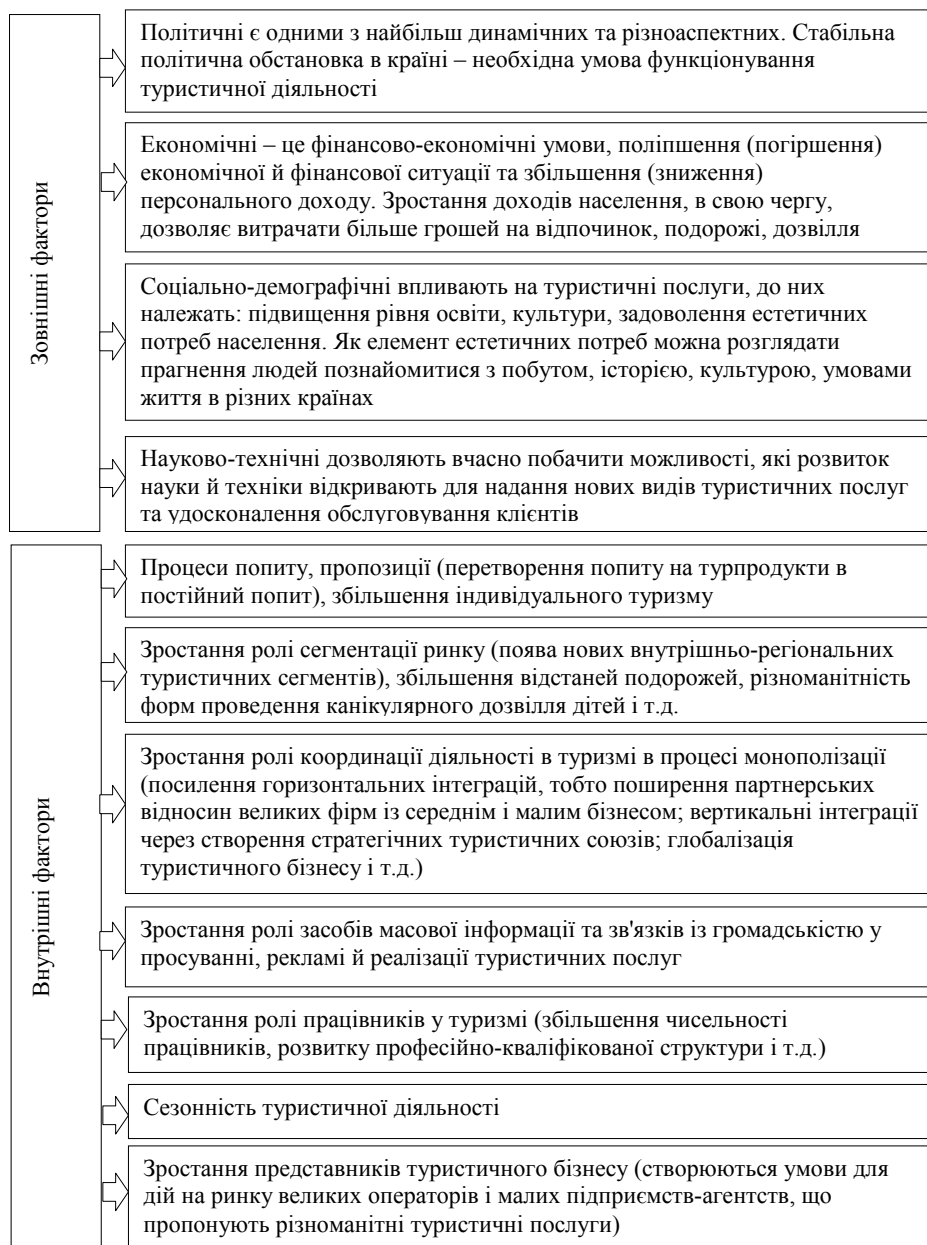


Рис. 2. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на розвиток туристичного бізнесу

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завдання полягає у дослідженні основних факторів розвитку туристичного бізнесу, які впливають на збалансованість та ефективний розвиток туристичної галузі України в умовах ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Туристичний бізнес — це галузь національного господарства, яка є менш капіталомісткою, ніж інші галузі та має високий рівень рентабельності. Туристичний бізнес є, передусім, сферою праці, де виробляється та реалізується продукт і організовується його споживання — обслуговування туристів під час подорожі.

Туризм є перспективною галуззю національної економіки, а розвиток туристичного бізнесу здатний гарантувати істотний вклад у розвиток економіки країни, який забезпечить створення нових робочих місць, наповнення державного бюджету за допомогою сплати податків та відвідування України туристами інших країн.

Відповідно до Закону України "Про туризм", організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм. До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до

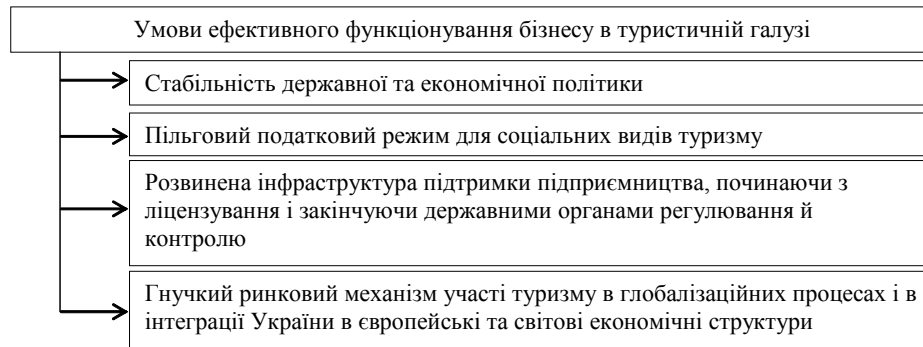


Рис. 3. Умови розвитку туристичного бізнесу в Україні

іншої країни. До внутрішнього туризму відносяться подорожі в межах території України громадян України [5].

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується властивостями та функціями представлені на рисунку 1.

Фактори, що впливають на стан та розвиток туризму, дослідники класифікують відповідно до масштабу туристичного ринку. За такої класифікації виділяють три їх рівні:

- глобальні, тобто фактори, які діють у міжнародному чи світовому масштабі;
- національні, тобто фактори, які виявляють свій вплив на рівні держави;
- регіональні, тобто фактори, що впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів в межах окремого регіону [6, с. 83].

Важливими питаннями розвитку туристичного бізнесу є дослідження факторів, які впливають на стан туристичної галузі в країні та її регіонах. У науковій літературі ці фактори поділяються на дві групи, а саме зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які в мають специфічні прояви при веденні туристичного бізнесу (рис. 2).

Зовнішні фактори впливають на туризм, передусім, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови.

Внутрішні фактори — це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму, тобто це матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, торгівлі.

Поєднання внутрішніх та зовнішніх факторів формує кон'юнктуру туристичного ринку та створює середовище для бізнес-діяльності, впливає на формування попиту та пропозиції, які забезпечують діяльність національної індустрії туризму зі створення відповідного туристичного продукту. Формування націо-

нального туристичного бізнесу є наслідком складної взаємодії організаційно-економічних процесів, які формують попит та пропозицію на ринку туристичних послуг.

Організаційно-економічні процеси ринку туристичних послуг сприяють покращенню інформаційно-комунікаційного забезпечення між сегментами ринку, подоланню галузевих бар'єрів та інформаційної закритості. Розвиток ринку туристичних послуг формується під впливом соціально-економічних факторів, до яких відносяться: наявність вільного часу, структура населення, вік, рівень доходів громадян, освіта, рід занять, приналежність до певної раси, стать тощо. На думку Н. Кудли, успішне функціонування туристичного ринку в цілому неможливе без наявності вільного часу та дозвілля громадян, у разі збільшення якого можна очікувати, що грошові кошти можуть бути направлені на придбання послуг туризму, відпочинок: "Наявність вільного часу є одним з найважливіших факторів. Вільний час, яким володіє суспільство, залежить від внутрішнього законодавства конкретної країни (кількість днів відпустки, кількість робочих годин на тиждень). Інформація про час проведення шкільних канікул, державних і релігійних свят та їх кореляції в даному році з суботами і неділями є важливою для організаторів туризму з урахуванням активізації туристичного попиту" [3].

Успішний розвиток туристичного бізнесу в Україні потребує створення належних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій на туристичному ринку. Серед основних чинників, які впливають на розвиток туристичного бізнесу, є Постанова Кабінету Міністрів України про затвердження Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зок-

рема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму [4].

Туристичний бізнес є відкритою системою, на розвиток якої впливає безліч факторів, якот: природні, соціально-економічні, політичні. Для його розвитку, необхідно забезпечити певні умови (рис. 3).

Визначаючи туристичний бізнес як один з пріоритетних у галузях національної економіки для його ефективного функціонування необхідно вирішити проблеми, які потребують державного регулювання й підтримки виконавчих органів влади. Серед них є такі:

— налагодження механізмів співпраці органів державної влади з громадськими, науковими та бізнес-структурами;

— підвищення рівня безпеки на туристичних об'єктах і маршрутах, своєчасне надання невідкладної допомоги туристам, які постраждали під час подорожі;

— облаштування інфраструктури та інформаційного забезпечення туристичних об'єктів і маршрутів;

— вдосконалення податкового законодавства, що сприятиме вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекси.

ВИСНОВОК

Підсумовуючи викладене, слід відзначити, що розвиток туристичного бізнесу України залежить від системи факторів. Систематизація та класифікація цих факторів дозволить вивести галузь туризму на новий вектор розвитку, а необхідними організаційними заходами, які сприятимуть стійкому розвитку бізнесу є: поглиблений розвиток інфраструктури галузі для комплексного обслуговування всіх категорій туристів; організація періодичних тренінгів та семінарів туристичного спрямування для туристичного бізнесу та зацікавлених осіб; застосування інновацій у вигляді централізованої комп'ютерної мережі резервування місць розміщення та створення реальної бази про послуги у сфері туризму; сформування державної політики в галузі туризму, яка сприятиме його стійкому розвитку.

Література:

1. Василюха Н.В., Індус К.П., Готько Н.М. Концептуальні засади ефективності функціонування ринку туристичних послуг. Науковий

вісник Ужгородського університету. 2017. Вип. 1 (49). Т. 2. С. 177—181.

2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

3. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник. К.: Знання, 2012. URL: http://pidruchniki.com/1584072043685/turizm/mededzhment_turistichnogo_pidpriemstva

4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501>

5. Про туризм: Закон України від 26.04.2014. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

6. Сервіс в туризмі / під ред. Гриценюк Н.І., Бурдейного В.А., Кутузової О.Є. та ін. Одеса: Талісман, 2006. 160 с.

7. Школа І.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. І.М. Школи. Чернівці: Вид-во "Книги-XXI", 2007. 292 с.

References:

1. Vasylykha, N. V. Indus, K. P. & Hot'ko, N. M. (2017), "Conceptual bases of efficiency of functioning of the market of tourist services", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu*, vol. 1 (49). Т. 2, pp. 177—181 [in Ukrainian].

2. Diadechko, L. P. (2007), *Ekonomika turystychnoho biznesu* [Economy of tourism business], *navchal'nyj posibnyk*, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraina.

3. Kudla, N.Ye. (2012), *Menedzhment turystychnoho pidpriemstva* [Management of tourism enterprise], *Znannia*, Kyiv, Ukraina, [Online], available at: http://pidruchniki.com/1584072043685/turizm/mededzhment_turistichnogo_pidpriemstva (Accessed 19 September 2019).

4. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017), "On approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period up to 2026", [Online], available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501> (Accessed 22 September 2019).

a. The Verhovna Rada of Ukraine (2014), *The Law of Ukraine "About tourism"*, [Online], available at: <http://zakon4.rada.gov.ua> (Accessed 22 September 2019).

5. Hrytseniuk, N. I. Burdejnoho, V. A. Kutuzovoi, O.Ye. et al. (2006), *Servis v turyzmi* [Service in tourism], *Talisman*, Odesa, Ukraina.

6. Shkoly, I.N. (2007), *Rozvytok turystychnoho biznesu rehionu* [Development of tourism business in the region], *monograph* / Shkoly I.N. (Ed.). *Knyhy-XXI*, Chernivtsi, Ukraina.

Стаття надійшла до редакції 10.10.2019 р.