М.Г. Рега, асп.

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена результатам дослідження підприємницької діяльності підприємств туристичної сфери економіки України.

The author considers the entrepreneurial activity in tourist sphere of Ukrainian economy.

Україна є однією з найбільших європейських держав, геополітичне розташування, природні та антропогенні ресурси якої сприяють розвитку національного туризму. Існуючий туристично-рекреаційний потенціал спонукає входженню України, як однієї з найбільш розвинених туристичних держав, на світовий ринок. Туристична сфера являється однією із стратегічних галузей економіки, за допомогою якої відбувається подальший соціально-економічний розвиток держави.

Проте великий потенціал туристично-рекреаційних ресурсів ще не є гарантом успішного розвитку національного туризму. Для формування туристичного ринку та бізнесу необхідно забезпечення багатьох складових туристичної індустрії, які б сприяли підвищенню якості надання туристичних послуг і задовольняли б усі потреби як вітчизняних туристів, так і іноземців, що перебувають на території нашої держави.

Туристична сфера здійснює істотний вплив на соціальне та економічне становище держави та її регіонів. Вона не тільки залучає більшість галузей економіки, таких як сільське господарство, будівництво, транспорт, зв'язок, легка та важка промисловості, комунальне господарство, культура, мистецтво тощо, а й сприяє їх розвитку. Туризм все частіше виступає у ролі індикатора політичних відносин між державами, стабілізатора в партнерських відносинах на міжнародній політичній арені. Тому, зважаючи на роль та значення туризму, держава проголосила його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки та культури, сферою реалізації прав і потреб людини, одну з визначальних складових соціально-економічної політики держави та регіонів.

Успішний розвиток туризму в державі здійснює вагомий вплив на головні сектори національної економіки, надає значні можливості для зайнятості населення за рахунок створення нових робочих місць. Завдяки туризму розвиваються об'єкти і інфраструктура, в яких враховуються місцеві культурні, політичні та історичні традиції. Національний туризм сприяє покращенню збалансованості економіки, являє собою сильний об'єднуючий фактор, який допомагає забезпечувати взаєморозуміння між різними мовними, релігійними і національними групами, сприяє укріпленню національної єдності та культурної інтеграції.

В останні роки в Україні зростає увага вчених і фахівців туристичної галузі до проблем розвитку туризму, підприємств галузі, формування національної туристичної індустрії, управління в сфері, економічної ефективності туристичної галузі, використання рекреаційних систем тощо. Питання історії виникнення туристичної сфери та подальшої її трансформації досліджуються в працях Бурчакові В.І., Герасименка В.Г., Дворова Т.А., Лугової О.В., Слободяна П.М., Степанкова Д.А., Федорченка В.К. та інших авторів. Вагомий внесок у дослідження організаційно-управлінських механізмів підприємств зробили Варналій З.С., Воротіна Л.І, Геєць В.М., Губерна Г.К., Єхануров Ю.І., Ещенко

П.С., Ермошенко М.М., Каніщенко О.Л., Козаченко Г.В., Панченко Е.Г., Петруня Ю.В., Пилипченко О.І., Тимошенко І.І., Шегда А.В., Чухно А.А. та ін.

Означимо, що специфіка реалізації туристичного продукту полягає в тому, що вона безпосередньо залежить від економічної стадії розвитку країни та відповідного рівня споживання. На відміну від багатьох товарів, туристичний продукт не може знайти споживачів лише у внутрішньому просторі функціонування туристичної сфери. За таких умов, будь-які негативні процеси в світовій та національній економічних системах паралізують діяльність туристичних підприємств та унеможливлюють задоволення потреб у туристичних послугах.

Система відносин у туристичному бізнесі надзвичайно складна та розгалужена. Вона охоплює не лише відносини зі споживачами туристичного продукту, але майже з усіма галузями національної економіки.

Туристичний попит підприємств цієї сфери формує обсяг пропозицій підприємств готельного господарства, транспорту, продовольчих товарів і діяльності всієї інфраструктурної мережі надання послуг.

Взаємозалежність економічної безпеки і системи в цілому та економічної безпеки туристичної сфери потребує досконалого менеджменту реалізації функціонування туристичного бізнесу в економічному просторі.

Методологія туристичного бізнесу базується перш за все на визначенні суті та особливостей створення специфічного туристичного продукту полягає в тому, що він є кінцевим результатом диверсифікації товарів сфери виробництва і товарів сфери послуг.

Диверсифікований характер товару туристичного продукту роблять його надзвичайно складним об'єктом наукових досліджень. Складність полягає в методології визначення складових створення туристичного продукту, в обґрунтуванні об'єктивних меж формування ціни туристичного продукту, в розробці маркетингової стратегії з урахуванням взаємодії ринкових умов реалізації та споживання туристичного продукту.

На жаль сучасні наукові дослідження в значній мірі обмежуються практичною функцією теорії туристичного бізнесу. Поза увагою науковців залишаються науково-методологічні обґрунтування диверсифікованого характеру туристичного продукту та визначення умов функціонування підприємств туристичного бізнесу в загальнонаціональному економічному просторі України.

Означимо, що підприємництво туристичної сфери економіки є, як і будь-яка організація, відкритою соціально-економічною системою, яка тісно взаємодіє із зовнішнім середовищем. За умов глибоких кризових тенденцій в національній економіці, для виживання та розвитку туристичним підприємствам необхідно чітко та своєчасно реагувати на зовнішні ситуації. В сучасних умова господарювання підприємства сфери туризму відносяться до організації з підприємницьким стилем управління, якому притаманні органічне управління та „м'які" методи керівництва.

Для визначення впливу управління на підвищення ефективності функціонування підприємницьких організацій в сучасних умовах господарювання необхідно зупинитися на аналізі змін, які постійно відбуваються у сфері туризму.

На еволюцію механізмів управління туристичною підприємницькою діяльністю визначальний вплив мають революційні зміни у розвитку сучасних продуктивних сил, а саме: інтернаціоналізація виробництва, зростання кількості підприємств з їх особливою

роллю в економічному зростанні, стрімкий розвиток інфраструктури туризму і сфери туристичних послуг, нові форми державного регулювання, а відтак, модифікація економічних зв'язків і відносин, орієнтація на індивідуалізованого споживача туристичного продукту, посилення значення нецінової конкуренції в туристичній сфері економіки тощо.

Виходячи з вищезазначеного, можна сформулювати основні принципи сучасного управління підприємствами туристичної сфери економіки: динамізм формування і розвитку всіх елементів соціально-економічної системи туризму; децентралізація вертикальних структур і посилення горизонтальних зв'язків; гуманізація процесів праці; нарощування потенціалу людських ресурсів для перетворення „управлінської" економіки в підприємницьку; організація системного контролю за станом всіх елементів управління на основі зворотного зв'язку між об'єктом і суб'єктом управління; працівник організації – не тільки засіб для досягнення цілі, але і сам виступає в якості цілі менеджменту.

Наші дослідження діяльності підприємств у сфері туризму дають підстави стверджувати, що на відміну від багатьох традиційних товарів споживацького ринку, туристичний продукт в цілому і його складові надзвичайно вразливі та залежні від умов функціонування туристичного бізнесу в загальнонаціональному просторі економічної України.

Методологія досліджень позиціювання туристичного бізнесу в економічному просторі країни потребує визначення умов функціонування підприємств туристичної сфери та факторів, що обумовлюють стратегію їх розвитку. До умов діяльності підприємств відносяться загальні макроекономічні, поточні та стратегічні потенційні можливості країни, законодавчо — нормативне забезпечення діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання; рівень забезпечення життєдіяльності населення країни; економічна, фінансова і політична стабільність в країні. До факторів впливу на діяльність підприємств відноситься рівень розвитку всіх складових створення диверсифікованого туристичного продукту і транспортний зв'язок, готельна галузь, ринкова інфраструктура, банківська система тощо. Споживчий пакет на туристичний продукт є одночасно і умовою, і фактором впливу на його створення та реалізацію.

Методологічні обґрунтування можливостей туристичного бізнесу в задоволення потреб у туристичному продукті потребують дослідження рівня розвитку таких можливостей, які можуть повністю задовольнити потреби споживацького ринку, частково, вибірково. Такі методологічні підходи обумовлюють цінову політику туристичного бізнесу, формують стратегію розвитку структури створення туристичного продукту та взаємодії всіх його складових, визначення зони ризику діяльності підприємств туристичної сфери, їх конкурентоспроможність; ринкові сегменти реалізації туристичного продукту в залежності від рівня потреб споживачів.

В сучасних ринкових умовах господарювання туристичний бізнес в Україні, на жаль, не має належних важелів законодавчо-правового, стимулюючого входження в єдиний економічний простір.

Дослідження діяльності підприємств туристичної сфери засвідчують, що вони не в змозі реалізувати найголовнішу функцію. А саме - це свою соціальну відповідальність. Науковці, дослідники діяльності туристичних підприємств, поки що залишають поза своєю увагою відновлення їх соціальної відповідальності. Проте без соціальної

відповідальності втрачає сенс існування туристичної сфери в загальноекономічній національній системі.

В контексті Євро 2012 держава визнала туристичну сферу пріоритетним напрямком розвитку економіки України.

Проте, як засвідчує практика, державний менеджмент обмежується в найкращому випадку лише організаційними заходами, які не забезпечуються або вкрай незадовільно забезпечуються заходами законодавчо — нормативної та фінансової підтримки підприємств малого бізнесу сфери туризму.

В сучасних умовах ринкового господарювання підприємств туристичного бізнесу особливої ваги набувають регіональні ресурсо-природні потенційні можливості становлення та розвитку туристичної сфери. Дослідження Карпатського регіону засвідчують, що він має потужний потенціал стратегічного нарощування туристичної сфери за рахунок збереження традиційних організаційних форм виробництва туристичного продукту і впровадження таких нових форм, як зелений туризм. Останні роки характеризуються сталою позитивною тенденцією входження туристичного потенціалу Карпатського регіону, особливо Закарпатської області в загальнонаціональний економічний простір України. Підприємства малого бізнесу даного регіону перебрали на себе переважаючу частину туристичних потоків, що позитивно впливає на споживання туристичного продукту і активізацію діяльності підприємств тих галузей економіки для виробництва туристичного продукту. Унікальні потенційні можливості Карпатського регіону в якому зосереджено майже чотири десятки родовищ мінеральних вод, що занесено до Кадастру мінвод України, більш ніж 100 типів розвіданих і досліджених мінеральних вод, потужний рекреаційно-оздоровчий потенціал, природно-ландшафтні умови складають об'єктивну базу зміцнення позитивної тенденції розвитку туристичного бізнесу регіону.

Взаємозв'язок внутрішніх та зовнішніх чинників впливу на діяльність підприємств туристичної сфери економіки та створення туристичного продукту потребують відповідної системи управління туристичним бізнесом. Диверсифікований характер туристичного продукту обумовлює поєднання в системі управління туристичним бізнесом локальних систем управління складовими процесу його виробництва. В реальному секторі економіки в якому функціонують підприємства туристичного бізнесу, ці складової різняться за рівнем розвитку, за рівнем досконалості механізму управління, за рівнем забезпечення професійним персоналом і таке інше.

З цього виникає проблема формування такої системи управління туристичним бізнесом, яка забезпечувала б максимальне використання внутрішніх потенційних можливостей підприємств реального сектору економіки та зовнішніх “ринкових” впливів на діяльність підприємств туристичного бізнесу. Система управління, як самоналагоджувальна організація діяльності підприємств, вбере в себе лише ті елементи, котрі будуть забезпечувати безперебійний, відтворюваний процес, і “відкинуть” ті, що стають на перешкоді відтворення. Це об'єктивна основа і суб'єктивні намагання внести корективи в об'єктивний процес формування системи управління, призводить лише до того, що починають створюватись механізми збереження відтворення від руйнівної сили суб'єктивних факторів, підприємства “ховаються” у тіньовій економіці, поповнюють кількість об'єктів хабарницьких посягань і багатьох інших

антиправових механізмів самозбереження. За об'єктивною природою туристичний бізнес, як складова реального сектору економіки, здатна функціонувати у прозорому режимі, наповнювати національні та місцеві бюджети, задовольняти потреби у туристичному продукті за умов запобігання несправдженого суб'єктивного тиску. Не заважати діяльності підприємств туристичного бізнесу і реального сектору економіки в цілому правовому полі — це кредо і перспектива використання їх потенційних можливостей в економічному просторі України.

Література:

1. Регуляторна політика: Нові можливості. / За ред. К. Ляпіної. – Київ,: Інститут конкурентного суспільства. – 2004. – 170 с.

2. Закон України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності" // Відомості Верховної Ради України. - 2004. - № 9. -Ст.79.

3. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. - 2003. - № 18-22. - Ст.144.

4. Рега М. Бізнес-асоціації в Україні як суб`єкти регуляторної політики та конкурентоздатність національного підприємництва // Теоретичні та прикладні питання економіки : Зб. наук. пр. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – Вип. 15. – С. 322-329.