

Release---2009-10-05. 5. Антонюк В.П. *Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку* / В. П. Антонюк: монографія / НАН України. *Ін-т економіки пром-сті.* – Донецьк, 2007. – 348 с. 6. *IPSAS Financial statements секторе* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unicef.org/. 7. Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки: *постанова Кабінету Міністрів України від 16.01.2007 № 34* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=888-2007-%F0>. 8. Про затвердження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі: *наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2010 р. № 1629.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

УДК 657

О.С. Височан

Національний університет “Львівська політехніка”

ТУРИЗМ ЯК СИСТЕМА

© Височан О.С., 2014

Досліджено найвідоміші в світовій практиці моделі системи туризму. Розроблено власну модель економічної інформаційної системи туризму (ЕІСТ) та охарактеризовано її елементи і взаємозв'язки між ними.

Ключові слова: туризм, система, турист, туристична індустрія.

О. Vysochan

Lviv Polytechnic National University

TOURISM AS A SYSTEM

© Vysochan O., 2014

Understanding tourism as a systemic phenomenon is connected with the necessity of structuring the totality of its economic elements and relationships among them to solve basic problems that exist in the tourism sector today. A systematic approach is key to the effective management of tourism at all levels.

In the work highlighted two main objectives: to explore the most famous in the world practice of economic system model of tourism; to develop its own model of economic information systems tourism (EIST) and describe its elements and the relationships between them. To do this, the article outlines the basic system model of tourism, which will provide a scientific basis for further research in the field of modeling of tourism as a global socio-cultural phenomenon and tourism from an economic point of view. In particular, models of tourism system such authors: C.A. Gunn, N. Leiper, M.J. Lamont, T. Tkachenko, R. Prosser, R.C. Mill&A.M. Morrison, A. Holden, C. Kaspar, A. Alexandrova, M.L. Miller&J. Auyong, J. Wall&E. Mathieson, V. Gerasymenko.

In the author's model of the tourism system used cybernetic approach to management with allocation of direct and inverse relations of subject and object management, as well as studying the effects of individual elements on the functioning of the system as a whole.

The basis of the presented model are three elements:

– the tourism industry as a set of production and non-production enterprises and organizations that provide comprehensive travel demand: accommodation, catering, transport companies, tour operators and agents, tourist information and tourdesk, associations, etc.;

- market tourism products (services) as a “playground” for the implementation of the product that produces the tourism industry;
- the tourist as the end user of the product and the source of demand in the market of tourist services.

The relationship of the economic system of tourism with the environment is achieved by the presence of direct impact of environmental, political, social, cultural, technological factors on tourism) and indirect (changes in the environment caused by tourism development) information links.

In the future, we have the task to investigate in detail the relationship of the individual elements of the system of tourism, especially with regard to functional subsystems of the tourism industry.

Key words: tourism, system, tourist, tourism industry.

Постановка проблеми. Зниження питомої ваги зайнятих і частки промисловості у ВВП є тенденцією у світовій економіці вже впродовж останнього півстоліття. Деіндустріалізація суспільства, яка супроводжується заміною капіталоемних технологій наукоємними, превалювання творчої й розумової діяльності людини, посилення ролі малого і середнього бізнесу, використання кваліфікації персоналу як основного виробничого ресурсу вивела туризм у категорію пріоритетних галузей у багатьох країнах світу. Особливий статус туризму надає і мультиплікативний ефект, який останній чинить на такі сфери, як транспорт, готельне господарство, індустрію розваг, заклади громадського харчування тощо. Зважаючи на доведеність існування низки чинників негативного впливу індустрії туризму на екосистему окремих територій, суспільство повинно бути зацікавленим у створенні умов для ефективного поєднання прибутковості туристичного бізнесу із мінімальною шкодою для природного середовища. Не в останню чергу туристична галузь є чинником формування іміджу країни, джерелом надходження валютних коштів в економіку, запорукою підвищення зайнятості населення та стимулом розвитку рекреаційної складової територіальних систем.

Розуміння туризму як системного явища пов'язане із необхідністю структуризації всієї сукупності його економічних елементів і взаємозв'язків між ними, щоб вирішити базові проблеми, які існують у туристичній сфері на сьогодні. Системний підхід є запорукою ефективного управління туризмом на всіх рівнях.

У сучасній науковій літературі немає єдиного представлення системи туризму. В роботі М. Скарпіно [1], яка ґрунтувалася на раніших дослідженнях Д. Гетца, узагальнено близько 40 різноманітних моделей туризму: загальних, мотиваційних, соціально-культурних, екологічних, маркетингових, прогностичних, економетричних тощо. Це пов'язано, перш за все, з мультидисциплінарністю самого феномену туризму, який можна розглядати з погляду: економіки, географії, соціології, екології, права.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Початком активних досліджень у сфері моделювання туризму та системології туристичної діяльності можна вважати початок 70-х років минулого століття. Варто відзначити роботи таких науковців: А.Ю. Александрової, К.А. Ганн, К.Р. Гельднера, В.Г. Герасименка, К. Каспара, М.Дж. Ламонта, Н. Лейпера, Е. Метісона, М.Л. Міллера, Р.К. Мілля, А.М. Моррісона, Й. Ойонга, Р. Проссера, Дж.Р.Б. Річі, М.О. Саранчі, Т.І. Ткаченко, Дж. Уолла, Е. Холдена та ін.

Постановка завдання. Враховуючи виокремлену проблематику дослідження, спираючись на наявні наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних економістів та у зв'язку з важливою теоретичною та прикладною складовою порушеного питання, ставимо два основні завдання поданого дослідження:

1) дослідити найвідоміші в світовій практиці економічного туризмознавства моделі системи туризму;

2) розробити власну модель економічної інформаційної системи туризму (ЕІСТ) та охарактеризувати її елементи і взаємозв'язки між ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Охарактеризуємо базові моделі системи туризму, які становитимуть наукову базу для подальшого дослідження в сфері моделювання туризму як загальносвітового соціально-культурного феномену та туристичної діяльності з економічного погляду.

Модель функціонування туристичної системи К.А. Ганн (С.А. Gunn)

У 1972 році К.А. Ганн висунула концепцію функціонування туристичної системи, яка виходить з передумови, що всі елементи туризму можна подати у взаємозв'язку попиту і пропозиції (рис. 1).

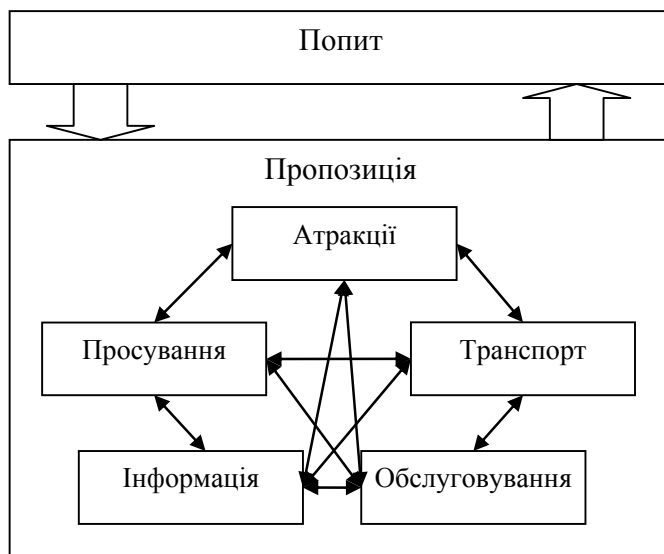


Рис. 1. Модель функціонування туристичної системи К.А. Ганн
Джерело: Gunn С.А. Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases /
С.А. Gunn, Т. Var. – 4th ed. – New York: Routledge, 2002. – 464 р.

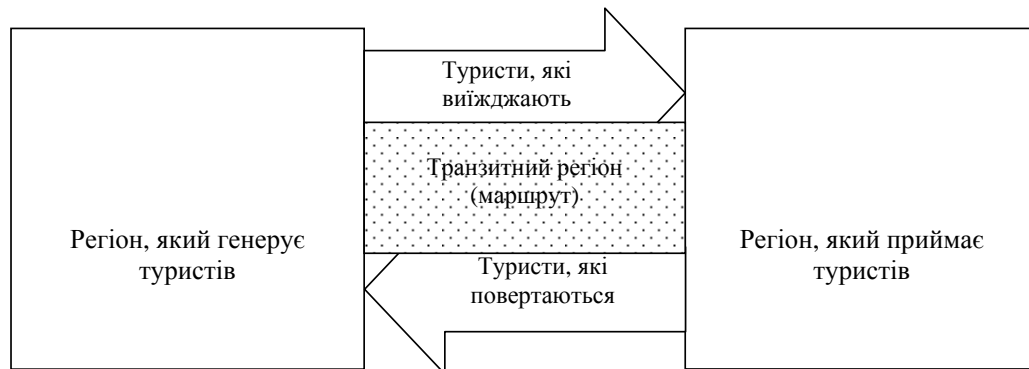
Попит формується під впливом чотирьох основних чинників: мотивування, фінансова можливість, час та фізична здатність подорожувати. Своєю чергою, пропозиція містить п'ять базових компонент: атракції (стимулюють інтерес до подорожі і формують задоволення від неї), транспорт (забезпечує зв'язок між ринковим ресурсом і дестинацією), засоби обслуговування (все те, що формує категорію "індустрія гостинності"), інформацію (опис атракцій та інші необхідні дані, подані в різних джерелах: картах, путівниках, відео, журнальних статтях, брошурах тощо) та просування (найчастіше охоплює чотири напрями діяльності: реклама, публіситі, зв'язки з громадськістю та засоби стимулювання на зразок подарунків і знижок). На них чинять значний вплив низка зовнішніх факторів: фінанси, праця, підприємництво, суспільство, конкуренція, політика уряду, природні та культурні ресурси, керівництво.

Модель туристичної системи Н. Лейпера (N. Leiper)

У 1979 р. австралійський вчений Н. Лейпер розробив одну з найвідоміших моделей туризму, яка складається з трьох елементів: туристів, географічної компоненти (регіон, який генерує туристів; транзитний регіон або маршрут; регіон, який приймає туристів – туристична дестинація), туристичної індустрії (рис. 2).

Турист є центральним елементом моделі. Саме його досвід, захоплення, очікування, бажання є рушійною силою туризму. Регіон, який генерує туристів (Traveller-generating Region – TGR) – область,

у якій формується туристичний попит завдяки мотивуванню і стимулюванню людини до поїздки. Саме в цьому регіоні турист знаходить необхідну інформацію, здійснює бронювання і вирушає у подорож. Регіон, який приймає туристів (TouristDestinationRegion – TDR) є по суті змістом функціонування і сенсом існування туризму взагалі. Саме в дестинації формуються рушійні сили, які впливають на попит і активізують систему туризму загалом. Транзитний регіон (TransitRouteRegion – TRR) – це єдина ланка між регіоном, який генерує туристів та туристичною дестинацією, а також місця, які відвідує людина дорогою. Третім елементом моделі (не представленим схематично) є туристична індустрія, що охоплює різноманітні підприємства і організації, послуги яких формують турпродукт.



Навколишнє середовище: фізичне, економічне, соціальне, соціально-культурне, політичне, технологічне і нормативно-

Рис. 2. Система туризму за Н. Лейпером

Джерело: Leiper N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry / N. Leiper // Annals of Tourism Research. – 1979. – Vol. 6, No. 4. – P. 390–407.

Вказані вище територіальні утворення перебувають у тісному взаємозв'язку, при тому лише за умови їх єдності туристична діяльність стає можливою [2, с. 166].

Модель цінна тим, що розглядає туризм з географічного погляду, представляючи подорож туриста від місця проживання і до кінцевої її мети.

Однак, як зазначають М.А. Саранча та А.С. Кусков [3, с. 105], наведена модель туристської системи зазнала суттєвої критики з причини її значної спрощеності в плані непроробленості її елементарного складу. Крім того, до основних недоліків можна зарахувати: відсутність вказівки на поліфункціональність територій щодо напрямків руху туристських потоків (одна і та сама територія одночасно може генерувати і приймати туристські потоки, виконувати транзитні функції); модель безвідносна до багатьох елементів туристської системи, які, якщо і вказуються, то тільки як загальні “межі”; навколишнє середовище розглядається як єдине для всіх трьох підсистем, проте найчастіше воно дуже сильно різниться і має інакше для них значення, тому в моделі її варто було б умовно поділити на три відповідні частини.

Адаптована модель туристичної системи М.Дж. Ламонта (M.J. Lamont)

Після публікації моделі Н. Лейпера низка вчених з різним ступенем успіху спробували вдосконалити її. Наприклад, австралійський вчений М.Дж. Ламонт особливу увагу звернув на модернізацію подання туристичної дестинації в моделі Лейпера (рис. 3).

Відхід від оригінальної моделі полягає: по-перше, у модифікації класичного елемента TDR моделі Лейпера для відображення трьох ссрархічних елементів (область дестинації, регіон туристичної дестинації, точка дестинації), пов'язаних з багатьма маршрутами і призначеннями; по-друге, у розподілі транзитного маршруту на первинний і вторинний. Автор пропонує модель для відображення структурних взаємозв'язків у системі незалежного велосипедного туризму, хоча й не виключається її узагальнення для всієї туристичної системи.

Оточуюче середовище: людське, соціально-культурне, економічне, фізичне, політичне, нормативно-правове тощо

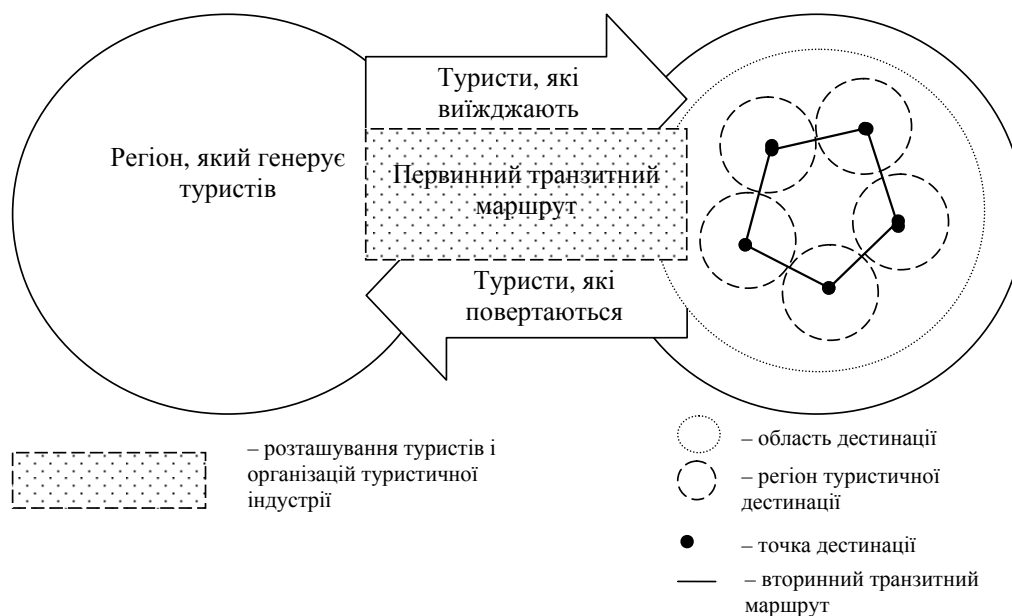


Рис. 3. Адаптована модель туристичної системи М.Дж. Ламонта

Джерело: Lamont M.J. Independent bicycle tourism: a whole tourism systems perspective / M.J. Lamont // Tourism Analysis. – 2009. – Vol. 14, № 5. – P. 605–620.

Базова модель системи туризму Т.І. Ткаченко

За результатами системного аналізу підходів Н. Лейпера, М. Кабушкіна, А. Александрової та В. Квартального, до структуризації системи туризму Т.І. Ткаченко запропоновано авторську модель (рис. 4), яка, на відміну від відомих наукових підходів, покликана інтегрувати геопросторовий, економічний та управлінський аспекти її формування.

Модель системи туризму Т.І. Ткаченко складається з підсистем: “регіон, що генерує туристську активність”, “дестинація” та “логістичне коло туризму”. Ядром цієї системи, подібно до Н. Лейпера, є підсистема “турист”, яка пов’язує усі підсистеми та забезпечує її цілісність. Як основний елемент системи туризму автор виокремив підсистему “інституціональне середовище”, що забезпечує функціонування туристичного бізнесу в кожній із зазначених підсистем і системи загалом за певними кількісними та якісними параметрами.

До складу підсистеми “регіон, що генерує туристську активність” (регіон потенційного попиту туристів) входять суб’єкти туристичного бізнесу, які забезпечують доведення до споживачів сформованого туристичного продукту та сприяють його реалізації (страхові компанії, посольства, рекламні агентства та ЗМІ, зокрема мережа Інтернет, заклади виставкової діяльності, кредитні установи, професійні спілки тощо). Особливим елементом системи туризму є підсистема “логістичне коло туризму”, в якій організуються туристські, інформаційні, сервісні та фінансові потоки, а також формується, реалізується та споживається туристичний продукт за допомогою таких суб’єктів туристичного бізнесу, як: туристичні оператори (ініціативні в регіоні, що генерує туристську активність, та рецептивні у дестинації), туристичні агентства, бюро подорожей та екскурсій, транспортні організації тощо. До складу підсистеми “інституціональне середовище” зараховано такі суб’єкти туристичного бізнесу, як: державні та місцеві органи влади, що регулюють діяльність у сфері туризму, асоціації та міжнародні туристичні організації; а також правове забезпечення, політичні, соціокультурні, демографічні й інші фактори, що створюють умови для розвитку цивілізованого туристичного бізнесу [4, с. 128].

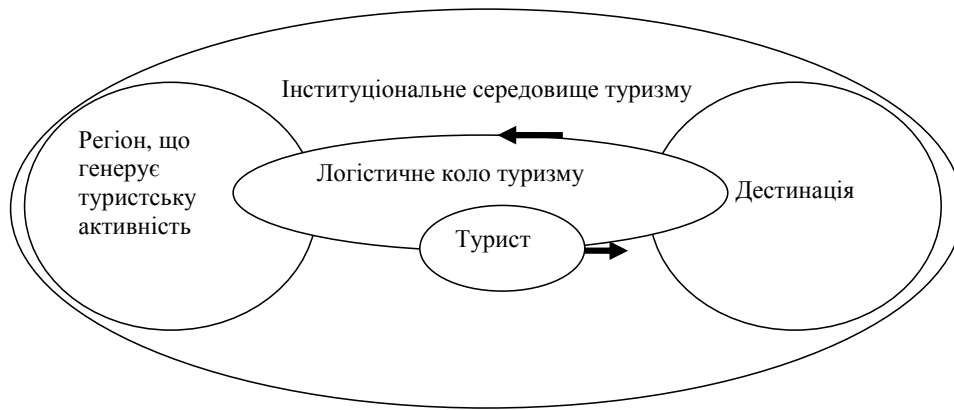


Рис. 4. Базова модель системи туризму Т.І. Ткаченко

Джерело: Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

Модель туристичного середовища Р. Проссера (R. Prosser)

Одним із критиків системи Н. Лейпера був Р. Проссер, який, звертаючи увагу на її простоту, у 1998 р. запропонував деталізованішу модель (рис. 5), котра, на його думку, ефективніше відображає внутрішні взаємозв'язки між елементами всередині туризму.

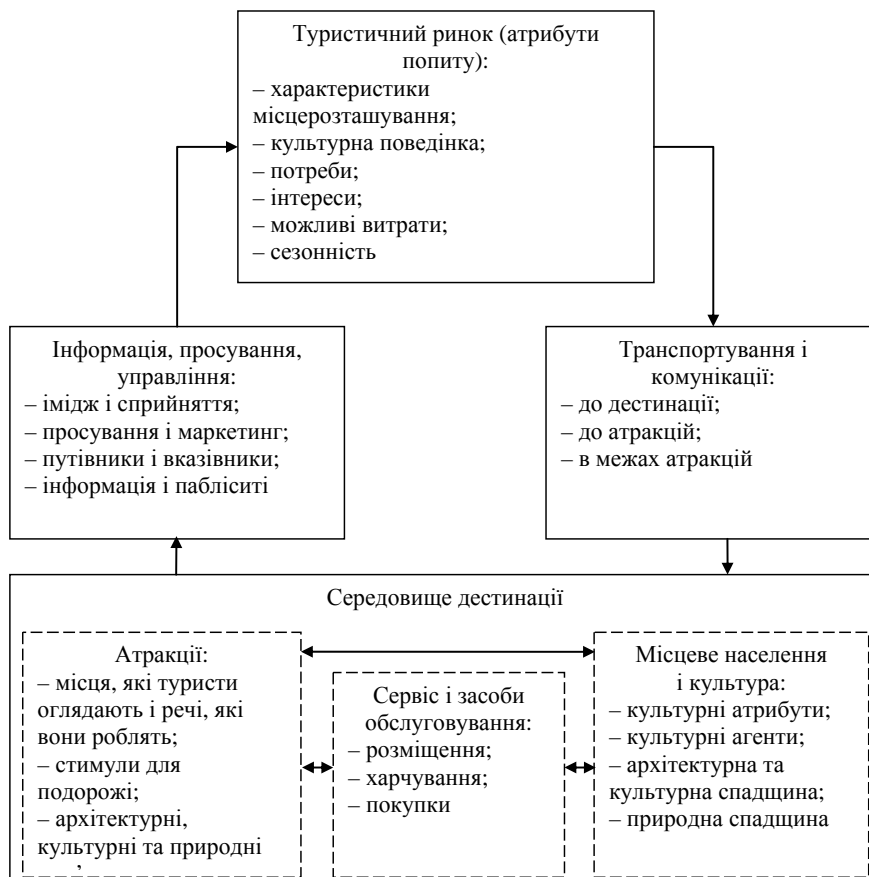


Рис. 5. Модель туристичного середовища Р. Проссера

Джерело: Prosser R. "Tourism". In Chadwick R.F. (ed.) Encyclopedia of Applied Ethics, vol. 4. – San Diego: Academic Press, 1998. – P. 373–401.

У моделі Р. Проссера туристичний ринок орієнтується на попит, сформований на основі місцевих особливостей і культури з урахуванням сезонності галузі. Інформація і просування туризму ґрунтується на створенні іміджу, доступності джерел інформації та ефективності реклами на місцевому ринку. Транспорт є основою зв'язку туристичної дестинації та місця проживання туриста. Середовище дестинації визначається наявністю пам'яток, культурними атрибутами, характеристиками і способом життя місцевого населення. Сервісні послуги у вигляді засобів проживання, закладів харчування та магазинів також впливають на туристичний попит.

Необхідно зазначити, що модель, яку запропонував Проссер, активно критикують дослідники, зокрема, зазначають, що транспортування туристів передбачається тільки в дестинацію, але не назад, інформація, просування і управління також однонапрямлене [5, с. 42].

Модель туристичної системи Р.К. Мілля та А.М. Моррісона (R.C. Mill & A.M. Morrison)

Модель розроблено у 1985 році і вона є прикладом економічного підходу до концептуалізації туристичної системи. Вона складається з чотирьох компонентів (дестинація, попит, маркетинг, подорож) і взаємозв'язків між ними (рис. 6).

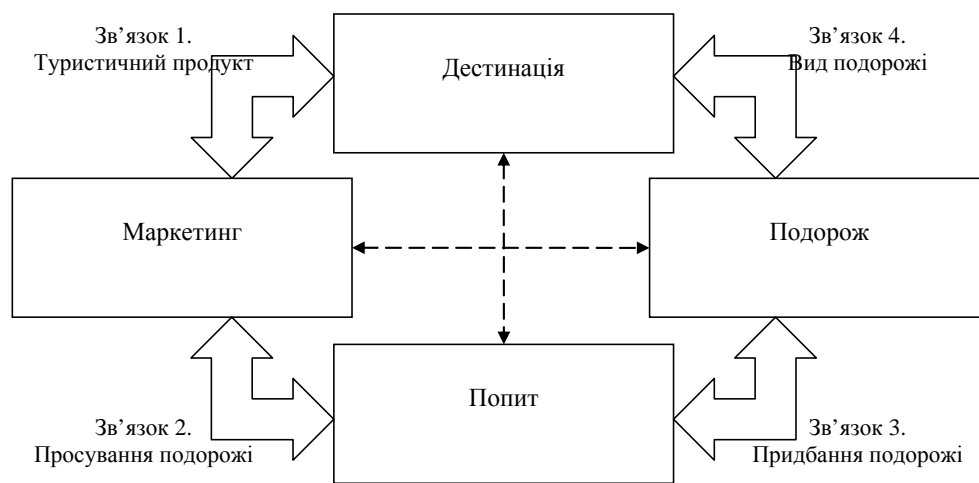


Рис. 6. Модель туристичної системи Р.К. Мілля та А.М. Моррісона
Джерело: Mill R.C. The Tourism System: An Introductory Text / R.C. Mill, A.M. Morrison. – New Jersey: Prentice-Hall International, 1985. – 457 p.

У дестинаціях відбувається розвиток, планування, управління туризмом для забезпечення його сталого розвитку. В межах попиту важливими є фактори, які впливають на ринок: поведінка споживача, яка формується під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, таких як потреби; мотивація і сприйняття; вибір дестинації; маркетингова діяльність туристичних організацій; процес прийняття рішень туристами. Маркетинг стосується, передовсім, дослідження процесів, які допомагають дестинаціям і туристичним компаніям представляти на ринку атракції та послуги з акцентом на ефективне використання засобів просування та каналів збуту. Подорож розглядається з позиції головних туристичних сегментів, туристичних потоків та засобів транспортування.

Необхідно зазначити, що поняття “ринок” некоректно використовують, адже його розуміння зводять тільки до елементів території, яка генерує туристські потоки. До істотних недоліків цієї моделі туристської системи також належить недостатня увага до відношення системи із зовнішнім середовищем і наслідків цих відносин [3, с. 109].

Модель туристичної системи Е. Холдена (A. Holden)

Е. Холден у роботі “Tourism Studies and the Social Sciences” 2006 р. представив модель (рис. 7).

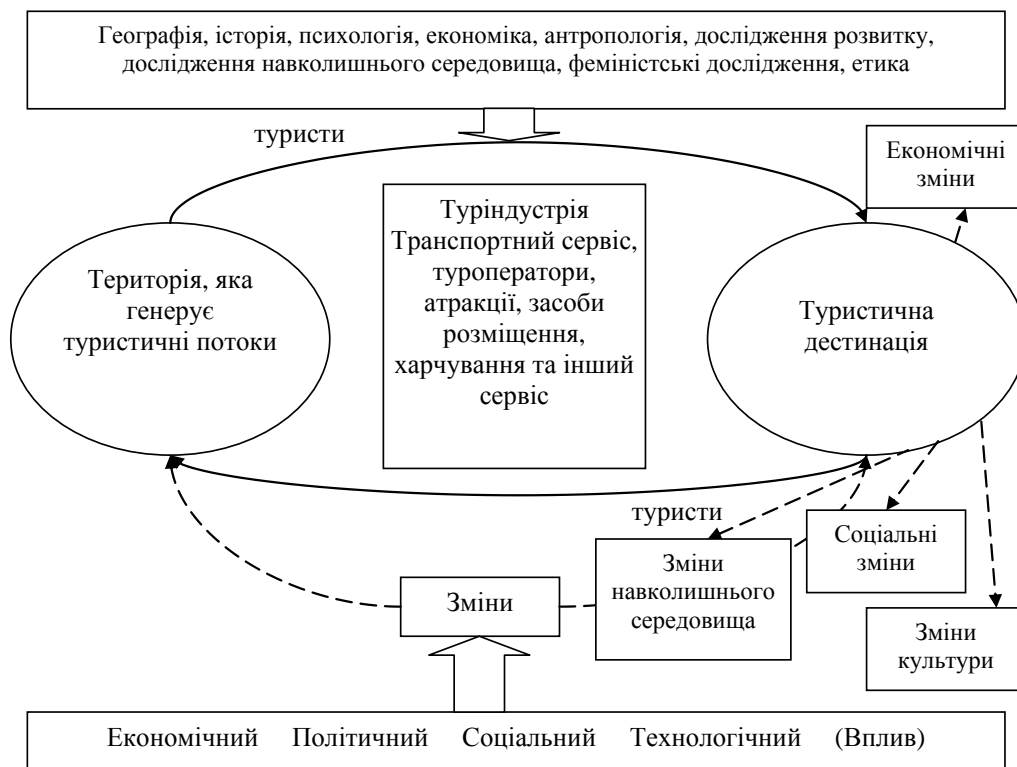


Рис. 7. Модель туристичної системи за Е. Холденом
 Джерело: Holden A. *Tourism Studies and the Social Sciences*. – London: Routledge, 2006. – 228 p.

Як зауважує професор М.О. Саранча [6, с.31], специфікою цієї моделі є розгляд змін, які відбуваються в системі і в середовищі, що її оточує, в результаті туристичної діяльності.

Структура системи туризму за К. Каспаром (С. Kaspar)

Швейцарський науковець К. Каспар розробив систему “Туризм”, яка має дві внутрішніх субсистеми: суб’єкт туризму – споживач туристичних послуг; об’єкт туризму – туристичні центри, туристичні підприємства та туристичні організації (рис. 8).

Під суб’єктом туризму розуміється турист, тобто споживач туристичних послуг з усім різноманіттям його потреб і мотивів поведінки. Під об’єктом туризму розуміють все те, що може стати для суб’єкта туризму (туриста) метою подорожі. Це може бути, наприклад, туристична дестинація з усією необхідною інфраструктурою. К. Каспар називає туризм відкритою системою, яка взаємодіє і функціонує в певному середовищі, що піддається впливу політичних, економічних, соціальних, технологічних та природних (екологічних) факторів. Залежно від об’єкта, ці чинники набувають свого конкретного наповнення, а також різного ступеня впливу на функціонування того чи іншого елемента системи [7].

Модель економічної системи туризму А.Ю. Александрової

Для того, щоб зрозуміти безліч заплутаних процесів, що відбуваються в туризмі як економічній системі, професор А.Ю. Александрова представила його у вигляді циклічної моделі з безперервною низкою актів виробництва і споживання туристських продуктів (рис. 9).

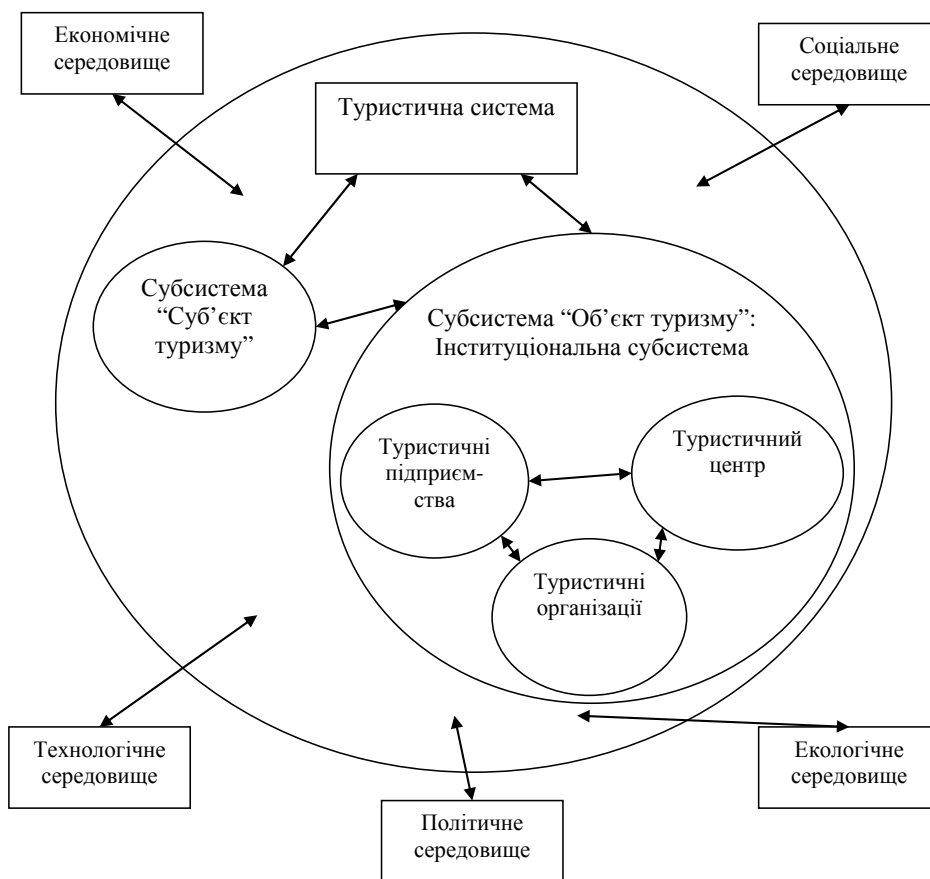


Рис. 8. Структура туристичної системи за К. Каспаром

Джерело: Tourismus-management: Tourismus-marketing und Fremdenverkehrsplanung / hrsg. von Gunther Haedrich ... Unter Mitarb. zahlr. Fachleute. – 3., völlig neu bearb. und wesentlich erw. Aufl. – Berlin; New York: de Gruyter, 1998. – 955 s.

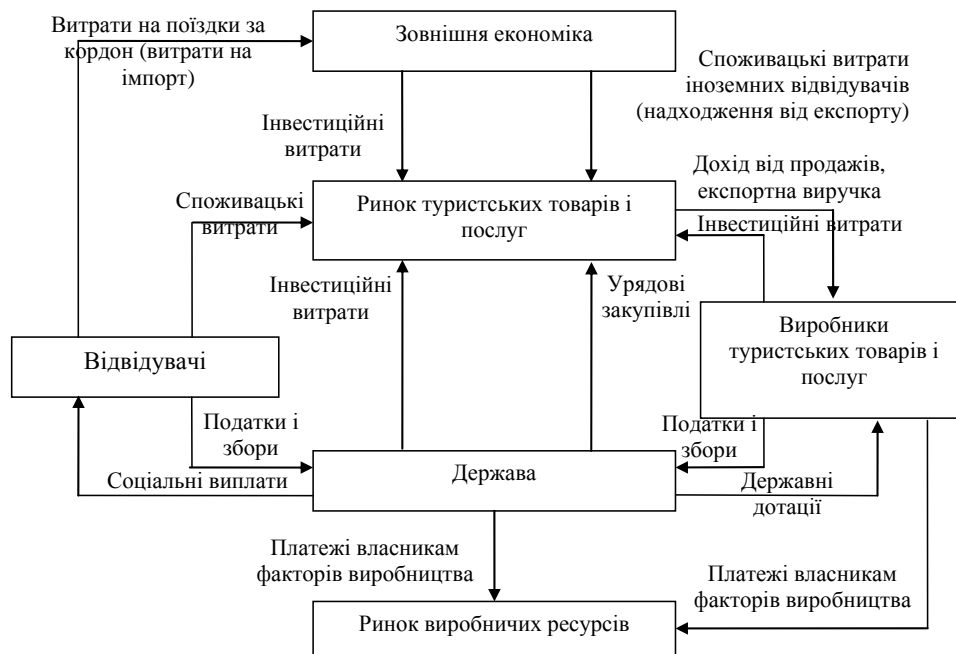


Рис. 9. Туризм як економічна система за А.Ю. Александровою

Джерело: Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

Щоб уникнути перевантаження моделі, у ній не відображено фізичного потоку, а зосереджено увагу винятково на руху грошових коштів. Пізнання природи і функцій різних елементів цієї системи, а також існуючих зв'язків між ними, на думку автора, дає змогу зрозуміти її поведінку, розкрити механізм функціонування.

В-Л-Т модель туристичної системи М.Л. Міллера та Й. Ойонга (M.L. Miller & J. Auyong)

Як вважають М.Л. Міллер та Й. Ойонг, з соціологічного погляду, туризм передбачає взаємодію трьох елементів – туристів, місцевих жителів та посередників (брокерів) (рис. 10). Туристи є відвідувачами, які запланували міжнародні чи внутрішні поїздки з метою відпочинку, навчання тощо. Місцеві жителі як постійних, так і нових резидентів у визначених дестинаціях, які живуть або працюють за межами туристичного сектору. Брокери безпосередньо займаються плануванням взаємовідносин туристів і місцевих жителів. Брокери поділяються на посередників приватного сектору, які є частиною туристичної індустрії (працівники готелів, компаній-товаровиробників, гідів – забезпечують туристів товарами і послугами) і державного сектору (політики, представники місцевої влади – захищають інтереси місцевих жителів). Величина і пропорції між різними елементами постійно змінюються – туристи змінюють місце проживання і стають місцевими жителями, останні можуть відкрити власний бізнес і перетворитись на брокерів.

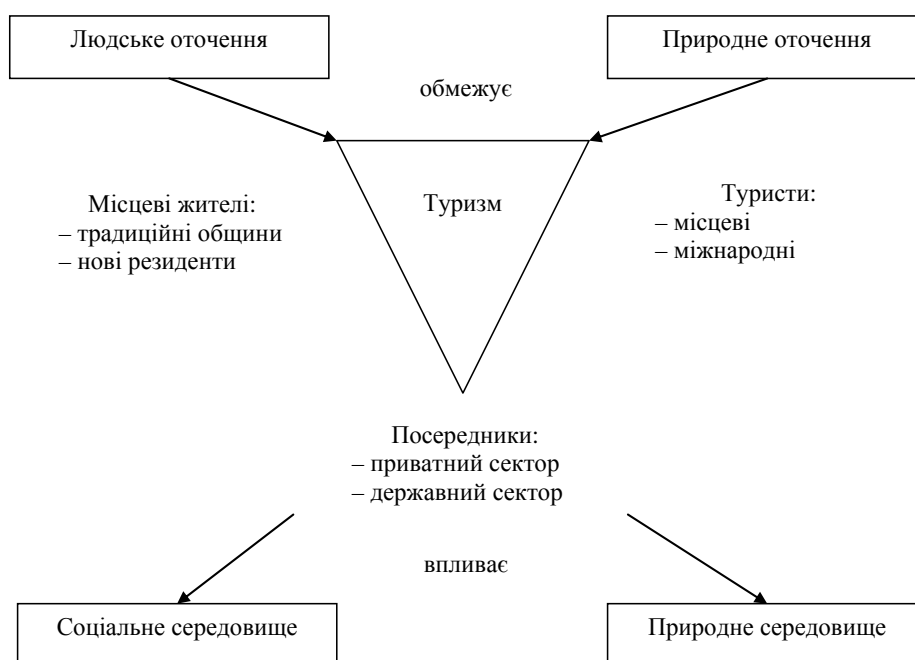


Рис. 10. В-Л-Т модель туристичної системи М.Л. Міллера та Й. Ойонга

Джерело: Miller M.L. Coastal Zone Tourism: A Potent Force Affecting Environment And Society / M.L. Miller, J. Auyong // Marine Policy. – 1991. – № 15. – Р. 75–99.

“Broker-Local-Tourist” (B-L-T, Брокери-Жителі-Туристи) модель розроблено у 1991 р., вона передбачає, що саме взаємодія цих трьох гравців туристичної системи чинить найбільший ефект на швидкість і характер її розвитку.

*Концептуальна основа туризму за Дж. Уоллом та Е. Метісоном
(J. Wall & E. Mathieson)*

Дж. Уолл та Е. Метісон вважають, що туризм складається з трьох основних елементів: 1) динамічний елемент, який містить рішення щодо подорожі до тієї чи іншої дестинації, а також різноманітні соціальні, економічні та інституціональні фактори, які впливають на їх прийняття;

2) дестинаційний елемент, що означає перебування в дестинації, враховуючи взаємодію з її економічною, соціальною підсистемою та навколишнім середовищем; 3) підсумковий елемент як результат двох попередніх компонентів, пов'язаний із впливом підсистем, з якими турист перебуває в прямому чи непрямому взаємозв'язку (рис. 11).

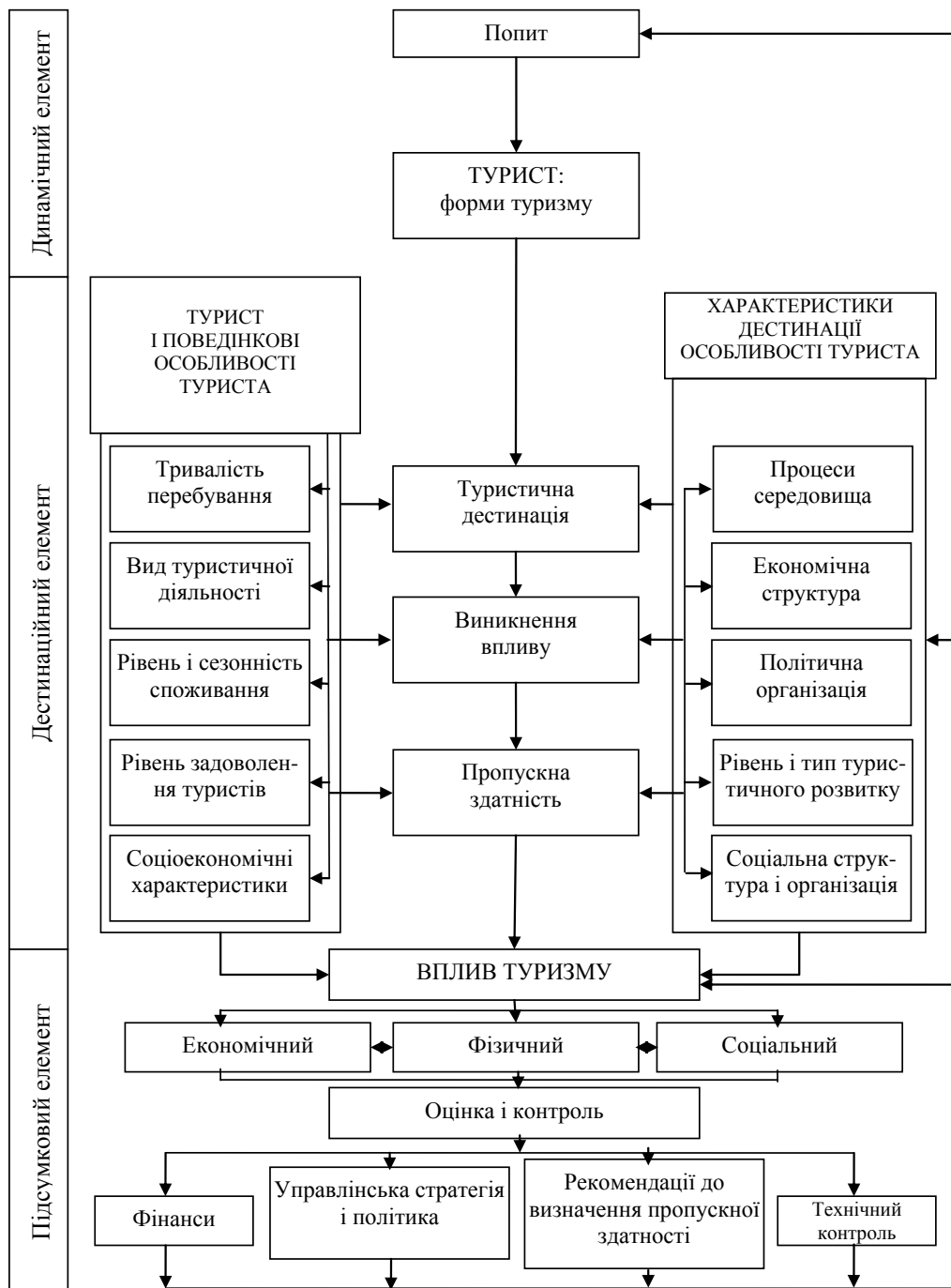


Рис. 11. Концептуальна основа туризму Дж. Уолла та Е. Метісона
Джерело: Mathieson A. Tourism: Economics, Physical and Social Impacts /
A. Mathieson, G. Wall. – New Jersey: Prentice Hall, 1982. – 216 p.

Концептуальна основа ідентифікує туризм з позиції взаємодії попиту і пропозиції, а також їхнього впливу на дестинацію. Ці впливи повинні контролюватися і управлятися всередині дестинації. У системі проілюстровано як зміни одного елемента спричиняють зміни інших.

Концепція системи туризму В.Г. Герасименка

Запропонована В.Г. Герасименком модель системи туризму складається з трьох великих підсистем: “туристичні ресурси”, “туристичні продукти”, “ринки туристичних товарів і послуг” (рис. 12).

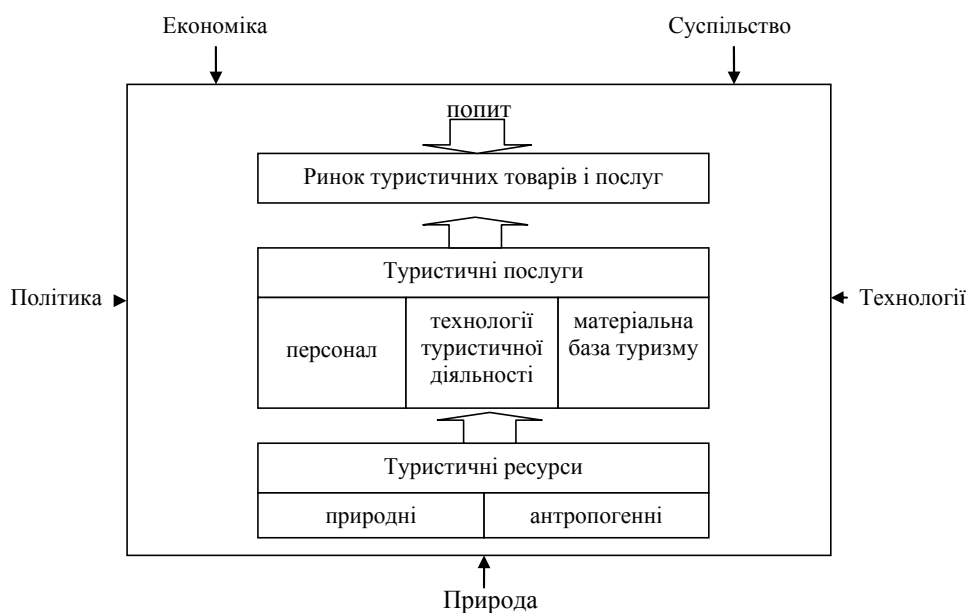


Рис. 12. Концепція системи туризму В.Г. Герасименка

Джерело: Герасименко В. Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма / В. Г. Герасименко //

Вестник национальной академии туризма. – 2013. – № 2 (26). – С. 11–15.

Туристичні ресурси є базовою умовою розвитку туризму в будь-якій країні, регіоні, дестинації, а отже, і важливою складовою туризму як системи. До них належать об’єкти і явища природного і соціокультурного середовища, які мають достатню атрактивність. На основі природних і антропогенних ресурсів створюються різноманітні туристичні продукти. У кожному конкретному регіоні вони своєрідні. Відповідно, вони є другою системоутворювальною складовою туризму як системи. Третім компонентом туризму як системи є ринок. Туристичні продукти у вигляді турів, окремих послуг і товарів виробники постачають на ринок відповідно до власної оцінки інформації, отриманої від споживачів. Турист, на думку автора моделі, в ринкових відносинах є не тільки споживачем, а й об’єктом діяльності суб’єктів ринку, а ринок можна розглядати як форму організації споживання турпродукту.

Авторська розробка економічної інформаційної системи туризму

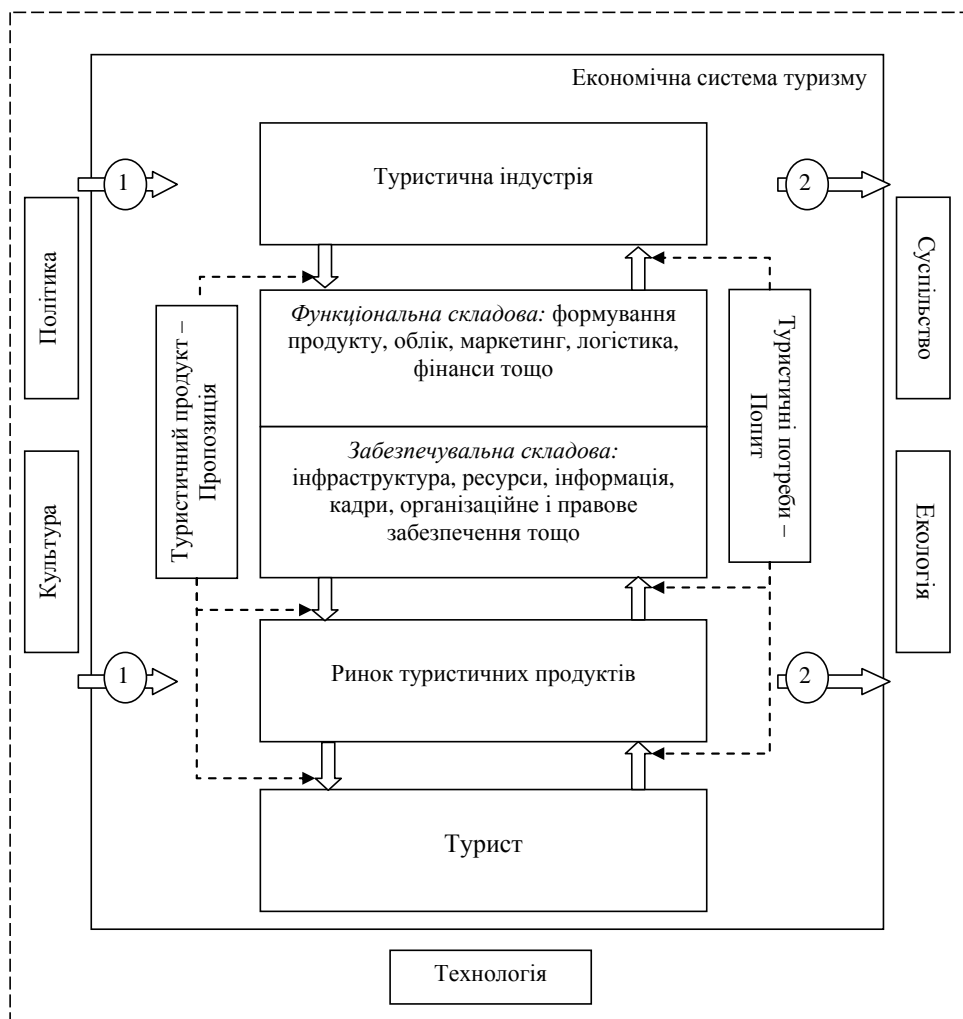
Пропонована модель системи туризму використовує кібернетичний підхід до управління з виділенням прямих і зворотних зв’язків, суб’єкту та об’єкту управління, а також вивченням впливів окремих елементів на функціонування системи загалом (рис. 13).

Основою поданої моделі є три елементи:

1) туристична індустрія як сукупність виробничих і невиробничих підприємств та організацій, які забезпечують комплексний туристичний попит: засоби розміщення, заклади громадського харчування, транспортні компанії, туристичні оператори та агенти, туристично-інформаційні та екскурсійні бюро, асоціації тощо;

2) ринок туристичних продуктів (послуг) як “майданчик” для реалізації продукту, який виготовляє індустрія туризму;

3) турист як кінцевий споживач турпродукту і джерело попиту на ринку туристичних послуг.



- 1 Прямий інформаційний зв'язок "ЕІСТ – навколишнє середовище": державне регулювання, рівень технологічного розвитку, екологічний стан дестинації та ін.
- 2 Зворотний інформаційний зв'язок "навколишнє середовище – ЕІСТ": екологічний вплив, мультиплікативний ефект, культурний обмін та ін.

Рис. 13. Економічна інформаційна система туризму (ЕІСТ)

Джерело: авторська розробка

Очевидно, що найважливішими ринковими категоріями є попит і пропозиція. Попит формується під впливом потреби людини у здійсненні подорожі, підкріпленої фінансово. Пропозиція ж подана у вигляді туристичного продукту, який пропонується споживачам (туристам) на ринку. Саме попит і пропозиція є з'єднувальними ланками між організаторами і реалізаторами турів, генераторами послуг (готелі, транспортні організації, заклади харчування тощо), а також покупцями турпродукту, які легалізують відносини на ринку туристичних послуг.

Важливими для ефективного функціонування системи туризму є її функціональна та забезпечувальна складові. Функціональна підсистема реалізує функції управління на різних рівнях (світовому, міждержавному, державному, регіональному, на рівні галузі, а також окремих підприємств та організацій) через виконання комплексу взаємопов'язаних завдань. Забезпечувальна система об'єднує всі види засобів, необхідних для існування й ефективного функціонування системи та відображає стан туризму в конкретний момент часу. Скажімо, інфраструктура туризму забезпечує нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів і належне використання останніх, водночас будучи показником розвитку комерційного туризму загалом.

Взаємозв'язок економічної системи туризму із зовнішнім середовищем досягається наявністю прямих (вплив екологічних, політичних, соціальних, культурних, технологічних факторів на туризм) та зворотних (зміни в навколишньому середовищі, спричинені розвитком туризму) інформаційних зв'язків.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Подана модель покликана сформувати цілісне уявлення про сукупність елементів складної системи туризму, взаємозв'язків між ними та із зовнішнім середовищем із економічного погляду. Це дає змогу не лише структурувати інформаційні потоки між окремими підсистемами, але й позиціонувати функціональні і забезпечувальні ланки туристичної системи, що є необхідним для вирішення низки прикладних економічних задач фінансово-облікового, логістичного та ін. характеру.

Надалі ми ставимо завдання детальніше дослідити взаємозв'язок окремих елементів системи туризму, особливо що стосується функціональної підсистеми туристичної індустрії.

1. Scarpino M. *Tourism System: An Analysis of the Literature For Improved Subnational Development* / M. Scarpino [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.tourgune.org/uploads/tinymce/filemanager/ConferenciaTourismSystems_SubntlDevpmt_Shelly072010.pdf.
2. Леонтьева Ю. Ю. Региональная туристская дестинация и ее социально-экономическое развитие / Ю. Ю. Леонтьева, О. А. Тимощенко // *Бізнес Інформ*. – 2013. – № 6. – С.165–170.
3. Саранча М. А. Эволюция подходов к исследованию территориальных туристско-рекреационных систем / М. А. Саранча, А. С. Кусков // *Вестник Удмуртского университета*. – 2011. – Вып. 3. – С. 101–113.
4. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія* / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
5. Кузнецов Л. А. *Формирование интегрированной системы продвижения крупного туристского центра на российском и международном рынках туристских услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05* / Кузнецов Лев Андреевич. – СПб, 2014. – 240 с.
6. Саранча М. А. *Потенциал и организация развития туризма в Удмуртской Республике: географический анализ и оценка на основе географических информационных систем: монография* / М. А. Саранча. – Ижевск: Удмуртский университет, 2011. – 220 с.
7. Герасименко В. Г. *Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма* / В. Г. Герасименко // *Вестник национальной академии туризма*. – 2013. – № 2 (26). – С. 11–15.