

Реалізація перерахованих вище заходів створить умови для функціонування і розвитку багатоваріантної економіки послуг, удосконалення економічних відносин у рекреаційній сфері, залучення до господарського обороту найцінніших рекреаційних ресурсів, поліпшення соціально-економічної ситуації в АР Крим, зниження рівня безробіття, якісно нового розвитку виробничої та соціальної інфраструктури регіону на рівні міжнародних стандартів, поживлення інвестиційної діяльності і переходу рекреаційної сфери на самофінансування, самоврядування, саморозвиток, що приведе до позитивних економічних зсувів у інших сферах господарювання.

Запропоновані рекомендації дають змогу використати переваги сформованої структури виробництва в регіоні для оптимізації розміщення різних економічних ресурсів. Це дасть змогу використати ресурси і продукти курортно-рекреаційного комплексу Криму для потреб інших галузей, що дасть змогу створити стійкі зв'язки між всіма галузями і буде сприяти посиленню мультиплікативного ефекту в економіці регіону. Подальше дослідження цієї теми дасть змогу виробити нові механізми регіональної політики, розробити новий інструментарій для організації і ефективного функціонування курортно-рекреаційного комплексу Криму, що приведе в остаточному результаті до позитивного економічного ефекту в роботі всіх галузей економіки регіону.

1. Степанов В., Круглякова Л. *Геоелектронічний та екологічний фактори розвитку Чорноморського регіону // Регіональна економіка. – 2000. – № 2. – С. 104 – 111.* 2. Безносок В. *Туризм і його місце в соціально-економічному розвитку України // Регіональна економіка. – 2001. – № 1. – С. 232 – 235.* 3. Мельник С.А. *Управління регіональною економікою. – К., 2000.*

УДК 658.386.4.012.4

Г.М. Захарчин, Р.О. Веремчук

Національний університет “Львівська політехніка”,  
кафедра економіки підприємства і менеджменту

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

© Захарчин Г.М., Веремчук Р.О., 2002

**Розглянуто особливості організації туристичного бізнесу в Україні через призму зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку туристичної сфери. Головна увага акцентується на організації інфраструктури туристичного бізнесу та внутрішній організації туристичної фірми залежно від цілей і стратегії.**

**In the articles the features of organization of tourist business in Ukraine through a prism of the external and internal factors of development of a tourist orb are considered. The main attention will be converted on organization of an infrastructure of tourist business and internal arrangement of a travel company depending on it's purposes and strategy.**

Зростання інтенсивності сучасних міжнародних в'їзних-виїзних процесів та глобалізація їх впливу на економіки держав світу свідчить про посилений інтерес до туристичного бізнесу як найдинамічнішого сектору людської діяльності та вигідної сфери вкладання капіталу.

Основні статистичні показники розвитку туристичної галузі України за 2000 рік свідчать про припинення спаду туристичної активності, який був характерний для попередніх років. Загальний обсяг туристичних потоків перевищив рівень 1999 року на 9 %, але структура потоків за напрямками зазнала змін.

Якщо в 1995 році переважали внутрішні туристичні потоки (45 %), то у 2000 році перевага була на боці виїзного туризму (44 %). Лише частка в'їзного потоку майже не змінилась за п'ять років: в 1995 році в'їзний туризм становив 19 %, а в 2000 році – 22 %.

За 2000 рік туристичні підприємства, готелі та санаторно-курортні заклади України, загальною кількістю 5744 одиниці, реалізували власних послуг на суму 2,28 млрд. грн., що становить 1,32 % ВВП України та 3,3 % по статті “виробництво послуг”. Приріст сукупного обсягу реалізації щодо попереднього року становив 17,1 % [2].

Для закріплення позитивних тенденцій і сприяння подальшому підйому туристичного бізнесу важливо ефективно організувати, поєднати всі чинники розвитку туристичної сфери. Сучасне суспільство не може функціонувати і удосконалюватися без цілеспрямованої його організації, так само, як і окремих господарський суб'єкт цього суспільства.

Організацію туристичної діяльності можна розглядати через організацію окремих функцій чи операцій в цій діяльності: технічних, комерційних, фінансових, захисних, облікових, адміністративних тощо.

Але в будь-якому разі, в організації завжди присутні матеріальні та соціальні аспекти і вона обов'язково має дві форми – зовнішню та внутрішню при домінанті зовнішніх факторів, оскільки туристична діяльність здійснюється через туристичну фірму як відкриту систему. Відповідно успіх туристичної фірми залежить від того, наскільки вдало вона вписується у зовнішнє середовище. Отже, ефективна організація туристичного бізнесу повинна забезпечити таку внутрішню побудову системи (фірми), яка найкраще реагуватиме на різні впливи зовнішнього середовища.

Чинники зовнішнього середовища можуть стимулювати або гальмувати розвиток туристичного бізнесу і за своїм характером є правовими та функціональними.

У системі зовнішнього середовища головними є правові чинники, тобто система законодавства, яка визначає правові засади і формує правову базу для становлення туризму як високорентабельної галузі економіки. Головним нормативним актом в цій системі законодавства є Закон України “Про туризм”.

Правове регулювання туристичного бізнесу здійснюється через систему відповідних органів. Центральним органом виконавчої влади в галузі туризму є Державний комітет України по туризму, який в межах своїх повноважень розробляє і затверджує нормативні акти, визначає перспективи та напрями розвитку внутрішнього і міжнародного туризму, його матеріально-технічні та соціальні бази, організовує інформаційну, рекламну та видавничу діяльність з питань туристичної діяльності; ліцензує діяльність суб'єктів підприємництва у сфері туристичних послуг тощо.

Місцевими органами державної виконавчої влади в галузі туризму є відповідні структурні підрозділи у складі органів державної виконавчої влади в областях.

Крім того, при Державному комітеті України по туризму створюється рада представників суб'єктів туристичної діяльності, яка є дорадчим органом, зокрема, існує Рада по туризму Карпатського регіону.

У системі органів регулювання туризму є Національна Рада з туризму для координації діяльності міністерств і відомств України в галузі туризму, туристично-інформаційні центри, науковий центр розвитку туризму та інші підрозділи.

Суб'єкти туристичної діяльності також створюють свої об'єднання або асоціації, наприклад, Асоціацію розвитку туризму.

На розвиток туристичного бізнесу впливають також різні некомерційні організації, мета яких – задовольнити соціальні, культурно-освітні та інші суспільно корисні потреби в інфраструктурі туристичного бізнесу. Не можна ігнорувати й громадські туристичні організації (наприклад, Всеукраїнський Союз працівників асоціацій, підприємств та організацій туристичної сфери – УкрСоюзТур), і міжнародні організації та об'єднання в сфері туризму.

Різноманітність видів, цілей і задач перелічених організацій підтверджує складність туризму як системи і необхідність комплексного вирішення проблем туристичного бізнесу спільними зусиллями через ефективні, гнучкі та мобільні організаційні форми їх взаємодії й співробітництва.

Туристичний бізнес втягує в свою орбіту широкий спектр інституцій, які відповідають функціональному характеру зовнішніх чинників. До них належать галузі господарства, які його обслуговують, транспортне забезпечення туризму, індустрія харчування, індустрія розваг, а також наука, яка покликана пояснити, організувати і спрогнозувати це складне соціально-економічне явище. Оскільки механізм функціонування туристичних організацій значно залежить від інфраструктури туризму, то першочерговим завданням є, власне, ефективна організація саме цієї інфраструктури.

Внутрішня організація туристичного бізнесу відрізняється технологією і змістом, що залежать від специфіки споживання туристичних послуг. Зокрема, невідповідність часу і місця акту купівлі-продажу і надання послуг об'єктивно створює значні організаційні труднощі в сфері туризму. Туристичне обслуговування охоплює одночасно діяльність з виробництва, пропозиції та реалізації послуг і товарів. Кожен з цих видів має свої особливі принципи організації, враховуючи, що принципи побудови туристичної фірми визначаються її цілями і стратегією.

Істотним в сучасному туристичному бізнесі є новий організаційний підхід до розуміння функцій туристичних фірм, що виражається в таких організаційних формах, як фірми-туроператори, фірми-турагенти, турбюро. Відмінності між ними визначаються ролями на ринку залежно від обсягу та характеру операцій.

Організаційні форми також необхідно постійно узгоджувати із мінливим середовищем.

Отже, внутрішня організація є сукупністю певних елементів:

- 1) мета, задачі;
- 2) групування задач для окреслення відповідних видів робіт;
- 3) побудова внутрішньої функціональної структури із розподілом обов'язків та відповідальності;
- 4) створення сприятливого організаційного клімату;
- 5) налагодження внутрішньої системи комунікацій;
- 6) організація ресурсного забезпечення діяльності туристичної організації;
- 7) організація системи обліку, контролю і звітності в організації;
- 8) вибір оптимальної стратегії розвитку організації для досягнення цілей.

Опосередкованою ланкою між внутрішніми та зовнішніми чинниками організацій туристичного бізнесу є інформаційний механізм, який за допомогою сучасних технологій значно розширює можливості туристичного бізнесу і вихід його на міжнародний рівень.

У цьому плані для турбізнесу та туризму ефективним є використання Інтернету (на Україні уже створена Українська Туристична Інформаційна Система – УТІС), через який можна створити бази даних туристичних послуг та компаній України з наступною реалізацією їх продукту на внутрішньому та зовнішніх ринках, а також здійснити широку рекламу національного туристичного продукту у спеціалізованих міжнародних інформаційних системах.

1. Закон України "Про туризм". 2. Статистичний бюлетень. Туризм в Україні – 2000, К., 2001. 3. Экономика современного туризма / Под ред. П.А. Карповой. – Москва – СПб., 1998.