

УДК 338.487-047.67:659.1

ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

*Савіна Г.Г. - д.е.н., професор,
Волинець Т.Г. – аспірант, Херсонський НТУ*

Постановка проблеми. В зв'язку з труднощами при визначенні перспектив розвитку туристичного продукту в наслідку динамічних змін зовнішнього середовища і невизначеності у фінансовій платоспроможності клієнтів набуває актуальність питання формування бізнес-середовища для забезпечення привабливості туристичного продукту.

Стан вивчення проблеми. Питання планування, регулювання, організації туристичної галузі та використання існуючого туристичного потенціалу досліджували в своїх роботах В.Ф. Кифяк, В.А.Квартальнов, І.М. Школа, Й.М. Петрович, А.В. Кендюхов, Л.М., О.В. Музиченко-Козловська, Г.Г. Савіна, Л.М.Шульгина, М.В. Шарко, Е.В. Плуگار, О.О.Колесник, М.Б.Біржаков, О.О. Любіцева, А.Дайан, Ф. Букерель, Р. Лебер, М.П.Мальська, А.Ю. Александрова. Не дивлячись на безперечну актуальність підвищення привабливості туристичного продукту як засобу забезпечення конкурентоспроможності пропонованих турів і підвищення попиту клієнтів [1-10], питання формування бізнес-середовища сприяючою задоволенню запитів споживачів вивчені не досить повно.

Завдання і методика досліджень. Методикою дослідження є визначення змісту і структури елементів формування бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичного продукту. Завданнями дослідження є визначення шляхів забезпечення привабливості туристичного продукту із залученням інноваційною складовою, процеси формування та реалізації заходів щодо підвищення привабливості туристичного продукту.

Результати дослідження. Сьогодні туризм є невід'ємною частиною світової економіки, частка якого в світовому ВВП складає 9% в 2013 року і 30% світового експорту послуг. У галузі зайнято більше 265 млн.осіб. Загальний товарообіг світового туризму складає 1,03 трлн доларів США. Туризм перетворюється на одну з пріоритетних сфер світової економіки.

В Україні вклад туристичної сфери у ВВП складає 92,1 млрд.грн. Прямі витрати на здійснення подорожей, розміщення, відвідання пам'яток і музеїв внутрішніми та в'їзними туристами складають 24,6 млрд. грн. Не прямі вклади туристичної сфери в економіку країни за рахунок будівництва туристичної інфраструктури, транспорту, адміністрування, забезпечення інформаційних послуг складають 51,9 млрд. грн. [10].

Туристична галузь, завдяки природним історико-культурним і трудовим ресурсам, може претендувати на значні позиції в економіці держави. В той же час в Україні чинники конкурентних переваг в пропозиціях туристичного про-

дукту, розкриваються не повною мірою, про що свідчить динаміка прямих вкладів у ВВП України (рис.1).

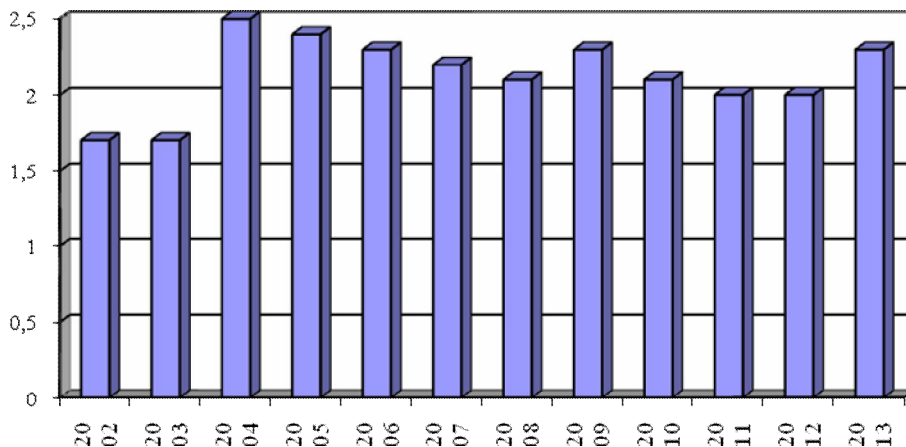


Рисунок 1. Частка прямих вкладів від туристичної сфери у ВВП України

В той же час, не дивлячись на ряд труднощів, туристична галузь динамічно розвивається. В Україні для туризму характерним є поступальний розвиток разом з нестійким зростанням.

За даними Світової туристичної організації UNWTO частка України складає всього 4% в туристичних потоках Європи, що свідчить про низьку ефективність української туристичної сфери. Тому формування бізнес-середовища для розвитку туризму в Україні відкриває широкі можливості для створення привабливості туристичних продуктів.

Довгостроковий успіх розвитку туристичних підприємств не можливий лише на основі єдиної правильної сформульованій стратегії. Базовий напрям розвитку повинен спиратися на формування бізнес-середовища з максимальною стійкістю туристичних підприємств, стратегічні орієнтири і перспективи розвитку.

У структурі елементів по формуванню бізнес-середовища забезпечення привабливості туристичних продуктів фінансове забезпечення повинно бути виділене окремим блоком у вигляді використання всіляких джерел і форм інвестування державної підтримки і позабюджетних фондів.

Не маловажливу роль у формуванні бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичних продуктів грає координація і регулювання розвитку інноваційної діяльності в туризмі через методи економічного стимулювання і організаційні структури, що дозволяє управляти привабливістю туристичного продукту і через неї різними видами і проявами поліпшення економічного розвитку як окремих туристичних підприємств так і регіонів.

У інвестиційній діяльності туризму коливання ринкової кон'юнктури вимагають заміни адміністративної системи інвестування туристичної діяльності, ринковою системою побудованою на основі об'єктивних економічних законів. Це є однією з детермінант державної політики формування бізнес-середовища в туризмі. Перехід до економіки знань висуває нові вимоги до формування бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичного продукту, сприятливої для інвестицій і інновацій.

Окремо слід виділити природні ресурси. Курортні і рекреаційні території України в 2013 року склали близько 9,1 млн.га. Запаси мінеральних вод дозволяють використовувати їх в об'ємах до 64тис. куб. м в добу. На державному обліку в Україні полягають 57206 археологічних пам'яток, 51364 пам'яток історії, 5926 пам'яток монументального мистецтва, 3541 пам'яток ландшафтного і садово-паркового мистецтва.

Організаційні моменти, визначення стратегічних орієнтирів і перспектив розвитку туристичної галузі стають можливими, завдяки інформаційному забезпеченню, що полягає в створенні бази даних продуктових, процесних і управлінських інновацій, відомостей про наукові організації і фахівців, про науково-технічну проблему, що створилася, патентних фондів і бібліотек.

Детермінантами державної політики формування бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичних продуктів є наявність відповідного інвестиційно-інноваційного клімату, створення інституційного середовища, розвинутої інноваційної інфраструктури.

Визначальний вплив на розвиток економіки промислового виробництва туристичних продуктів надає структура експортного потенціалу. Заміна імпорту споживання імпортозаміщенням визначає пріоритетність розвитку супутніх галузей економіки, стратегічні орієнтири і перспективи розвитку. Це так само є однією з детермінант державної політики, формування бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичних продуктів. Необхідна активна робота підрозділів маркетингу і трансферу технологій, які дадуть відповідь які технології і на яких туристичних ринках потрібні.

Структура і зміст елементів формування бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичного продукту, складена на основі розглянутих детермінантів державної підтримки розвитку економіки знань в туризмі представлена на рис. 2.

Економіка пропозицій в туризмі формує ринок інновацій і інтелектуальної власності, основні компоненти якого систематизовані авторами у вигляді схеми їх впливу на привабливість туристичного продукту (рис.3).

Інноваційна діяльність по забезпеченню привабливості туристичного продукту направлена на створення нового або удосконалення існуючого туристичного продукту і його позиціонування на туристичному ринку через впровадження передових комутаційних і інформаційних технологій.

На ринку інновацій в туризмі сьогодні домінують нано- і біотехнології, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі, інтегровані високошвидкісні транспортні системи, комп'ютерна освіта, формування мережових бізнес структур.



Рисунок 2. Змістова структура елементів формування бізнес-середовища для забезпечення привабливості туристичних продуктів



Рисунок 3. Вплив інновацій і інтелектуальної власності на забезпечення привабливості туристичного продукту

До типових інновацій по створенню привабливості туристичних продуктів слід віднести:

- технологічні інновації, пов'язані з розробкою і забезпеченням бронювання турів за допомогою онлайн-сервісу, придбання квитків, супутниковий прийом, автоматичні розрахунки;
- управлінські інновації, пов'язані з новими засобами вивчення туристичного ринку, оцінками його кон'юктури, прогнозуванням і діагностикою;
- маркетингові інновації, пов'язані з розвитком нових підходів про просування і комерційну реалізацію туристичних продуктів;
- товарні інновації.

На ринку праці по створенню туристичних продуктів головними стають знання і творчі здібності співробітників. Набуває популярності для забезпечення привабливості туристичного продукту освоєння нових сегментів туристичного ринку таких як космос, території екстремального типа, пустелі, Антарктида, екваторіальні ліси. Існують пропозиції про можливість прийняття участі в експедиціях на Північний полюс і Арктику. Несподівано привабливим в країнах Малайзії і Фінляндії став тюремний туризм. Набуває популярності пригодницький, підводний і круїзний туризм. Згідно вимогам клієнтів по забезпеченню екзотичності і відповідно привабливості туристичних продуктів розробляються такі туристичні тури із залученням елементів оригінальності, розміщення готелів на деревах і винних бочках в Германії, в маяках в Нідерландах.

Висновки та пропозиції. 1. У туризмі інновації є системними заходами, які мають новизну і наводять до позитивних зрушень, забезпечуючи конкурентоспроможність пропонованих послуг.

2. Комерційні вигоди від реалізації інновацій забезпечуються через їх визнання на туристичному ринку і задоволення клієнтів. Ринок інновацій і продуктів інтелектуальної власності сьогодні характеризує перехід від економіки пропозицій до економіки попиту.

Перспектива подальших досліджень. Для реалізації моделі економічного зростання необхідно вирішити ряд завдань, пов'язаних з детермінантами формуванням бізнес-середовища по забезпеченню привабливості туристичних продуктів. Сучасний стан інвестиційно-інноваційній сфері в туризмі робить необхідною розробку такої державної політики, яка б забезпечила базу інноваційної діяльності, комерційну реалізацію науково-технічних робіт і прискорене економічне зростання країни. Це дозволить відкрити перспективи для впровадження інноваційної моделі розвитку туристичної галузі і забезпечити її конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Александрова А.Ю. Статистика как индикатор современного развития туризма / Сб.статей. Смоленск. Универсум. 2014. – т.7.-С.11-17.
2. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи // Економіка та прогнозування. 2011. - №1. – С.104-109.
3. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика и управление туристической деятельностью. СПб: Изд.-во СПб ГУЭФ. – 2011. -135с.

4. Колесник О.О. Економічна оцінка туристичної привабливості України // Економіка. Управління. Інновації, 2010. - №1(3). – С42-47.
5. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості: поняття та теоретичні аспекти / О.В. Мельник//Регіональна економіка. 2004. - №4. С.197-205.
6. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Монографія. Львів, Новий світ 2000, 2012. – 176 с.
7. Плугарь Е.В. Подходы к управлению потребительской полезностью турпродукта / Е.В.Плугарь // Экономика Крыма.- Симферополь: ТНУ им. В.И.Вернадского. 2013.-№1.-С.14-21.
8. Севастьянова О.В. Проблемы инновационной деятельности в сфере туристических услуг / О.В. Севастьянова, Т.А. Мужецкая // Экономика Крыма. 2006.-№16.-С.36-37.
9. Lebel P. The role of creative innovation in economic growth: Some international Comparisons / P.Lebel // Journal of Asian Economics.-2008.- №19.-p.334-347.
10. Travel @ Tourism Economic Impact 2014 Ukraine / World Travel @ tourism Council / London 2014 / 24с.

УДК: 332.025.12:338.43

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

*Собченко А.М. – к.е.н., доцент,
Круківська О.В. – к.е.н., асистент, Херсонський ДАУ*

Постановка проблеми. Якщо організацію механізму регулювання слід розглядати як систему, що характеризується цілісністю, єдністю і впорядкованістю її елементів, то організація механізму регулювання сільського господарства слід розглядати як елемент господарського механізму. Таке розмежування важливе, оскільки господарський механізм є формою виразу передусім техніко-економічних відносин, які визначають найглибшу об'єктивну основу господарського механізму. Суспільно-економічні відносини зумовлюють глибину різноманітних способів виробництва. Це відносини власності, які визначають мету сільськогосподарського виробництва, його соціальний тип, структуру суспільства. Виділення організації механізму регулювання розвитку сільського господарства як елемента господарського механізму дає можливість визначити через конкретні організаційні (господарські) форми розвиток сільського господарства в цілому.

Стан вивчення проблеми. Питанням розвитку сільського господарства приділяля увагу вітчизняні та зарубіжні учені, серед необхідно виділити: І.С. Алексеєва, В.Г. Андрійчука, М.Я. Дем'яненко, М.В. Зубця, В.І. Кириленко, С.В. Мочерного, П.Т. Саблука, Г.М. Скударя, В.В. Юрчишина та ін.

Завдання і методика досліджень. Метою написання статті є розкриття й обґрунтування особливостей організаційного механізму розвитку сільського