

Використані джерела:

1. Андреев В. Р. История Крыма: Краткое описание прошлого Крымского полуострова. – М., 1997.
2. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: Навчальний посібник. – 3-є видання перероб. та допов. – К.: Альтерпрес, 2011. – 462 с.
3. Вильде Э. Пророк Малтсвент. – Таллинн, 1962.
4. Наулко В. Естонське населення на Україні // Народна творчість та етнографія. – 1970. - №5. – С. 38-42.
5. Оздоровчо - спортивний комплекс Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 40 років в Криму. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. - 92 с.
6. <http://www.beregovoe.in.ua/#history>
7. <http://khm.restgeo.com/Item/1135/dostoprimechatelnosti-geodezicheskaya-duga-struve.aspx?cid=35&lang=pol>

УДК 911.3

Іщенко О.І.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ДОСВІДУ ТУРЕЧЧИНИ)

Туреччина сьогодні займає провідні позиції на світовому ринку туристичних послуг, що є результатом ефективної туристичної політики держави та, як наслідок, функціонування сформованого національного ринку туристичних послуг. З метою детального аналізу було побудовано модель організації туристичної діяльності в Туреччині – з виділенням відповідних підсистем (інституційне середовище; дестинація; туристичний потік; регіон, що генерує туристичну діяльність; логістичне коло туризму), на основі яких було сформульовано пропозиції щодо удосконалення організації туристичної діяльності в Україні.

Турция сегодня занимает ведущие позиции на мировом рынке туристических услуг, что является результатом эффективной туристической политики государства и, как следствие, функционирование сформированного национального рынка туристических услуг. С целью подробного анализа была построена модель организации туристической деятельности в Турции - с выделением соответствующих подсистем (институциональная среда; дестинация; туристический поток; регион, генерирующий туристическую деятельность; логистический круг туризма), на основе которых были сформулированы предложения по совершенствованию организации туристической деятельности в Украине.

Turkey today holds a leading position in the global tourism market. It is result of effective tourism policy and, as a result, functioning of already formed national tourism market. For the purpose of detailed analysis the model of tourism sphere in Turkey was constructed - with the identifying of the relevant subsystems (institutional environment; destinations; tourism flow; the region, that generates tourism activities; tourism logistics circle). Proposals for the improvement of tourism development in Ukraine were formulated based on these subsystems.

Актуальність даної теми обумовлена необхідністю постійного моніторингу досвіду провідних туристичних країн в різних аспектах туристичної діяльності. В даному випадку досвід Туреччини з організації туристичної діяльності і проведенні туристичної політики як всередині держави, так і на ринку міжнародного туризму, може стати у нагоді при підготовці Державної цільової програми розвитку туризму до 2022 р., при внесенні змін і доповнень до Закону України «Про туризм».

Метою даної статті є критичний аналіз досвіду Туреччини з організації туристичної діяльності та розробка пропозицій по удосконаленню управління ринковими процесами в туризмі для органів державного управління туризмом.

Ступінь вивченості проблеми. Туристична діяльність є діяльністю з організації процесу споживання туристичного продукту, яка здійснюється бізнесовими структурами у взаємодії з органами державної влади. Теоретичні аспекти даного питання були розглянуті у працях О.О. Любіцевої, Т.І. Ткаченко та ін. О.О. Любіцевою було виявлено закономірності і розкрито механізми функціонування та геопросторової організації туристичного ринку; Т.І. Ткаченко було розроблено концепцію територіально сфокусованого розвитку суб'єктів туристичного бізнесу та сформульовано концептуальну модель системи туризму.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи ті позиції, які займає Туреччина на світовому туристичному ринку - шосте місце серед країн світу за туристичними прибуттями (29,3 млн. туристів на 2012 р. [9]), туризм є пріоритетною галуззю економіки країни. У результаті системного аналізу розроблено узагальнену модель організації туризму в Туреччині (рис. 1). За основу взято принципову модель системи туризму Т.І. Ткаченко [5]. Модель організації туристичної діяльності складається з наступних великих підсистем: інституційне середовище, що забезпечує функціонування туристичного бізнесу; регіон, що генерує туристичну активність; дестинація; логістичне коло туризму; туристичний потік, що є ядром моделі, пов'язує усі її підсистеми та забезпечує її цілісність.

Підсистема «інституційне середовище» включає міжнародне та національне середовище туристичної діяльності. Національне інституційне середовище включає в себе як інституційне середовище Туреччини, так і інституційне середовище країни-донора туристів. Важливість останнього зумовлена транснаціоналізацією діяльності турецьких туроператорів. Робота з туристичним потоком вже переважно базується не на угодах з місцевими ініціативними туроператорами, а відбувається активне входження на національні ринки турецьких операторів, найчастіше з власною роздрібною мережею туристичних агентств.

В Туреччині сформовано ефективну систему органів управління туризмом відповідно до централізованої моделі (діє Міністерство культури та туризму, міжвідомчі органи - Національні та Місцеві ради з туризму), що забезпечує ефективне використання інструментів управління - податкового, організаційного та інвестиційного [3, с. 48].

Головні принципи регулювання туристичної галузі визначені Законом «Про сприяння розвитку туризму» (1983) [6] та Стратегією розвитку туризму до 2023 року (2007) [7]. Міністерство культури та туризму, єдиний орган, що відповідає за розвиток туризму в країні, функціонує в системі виконавчих органів влади в країні. Специфічність використання організаційного інструменту полягає в тому, що, для виходу

на ринок туристичне підприємство має обов'язково стати членом Асоціації туристичних агентств Туреччини та отримати ліцензію на здійснення діяльності відповідно до категорії (А), (В), (С) [8]. Функціонування міжвідомчих органів – Рад з туризму на національному, регіональному та локальному рівнях створює умови для врахування інтересів як кожного суб'єкту туристичного ринку, так і території, на якій він функціонує. Туреччина є прикладом країни, що демонструє, як активно використовуючи податковий та інвестиційний інструменти, не втрачати контроль над розвитком туризму, а спрямовувати кошти, що надходять, у чітко визначені території.

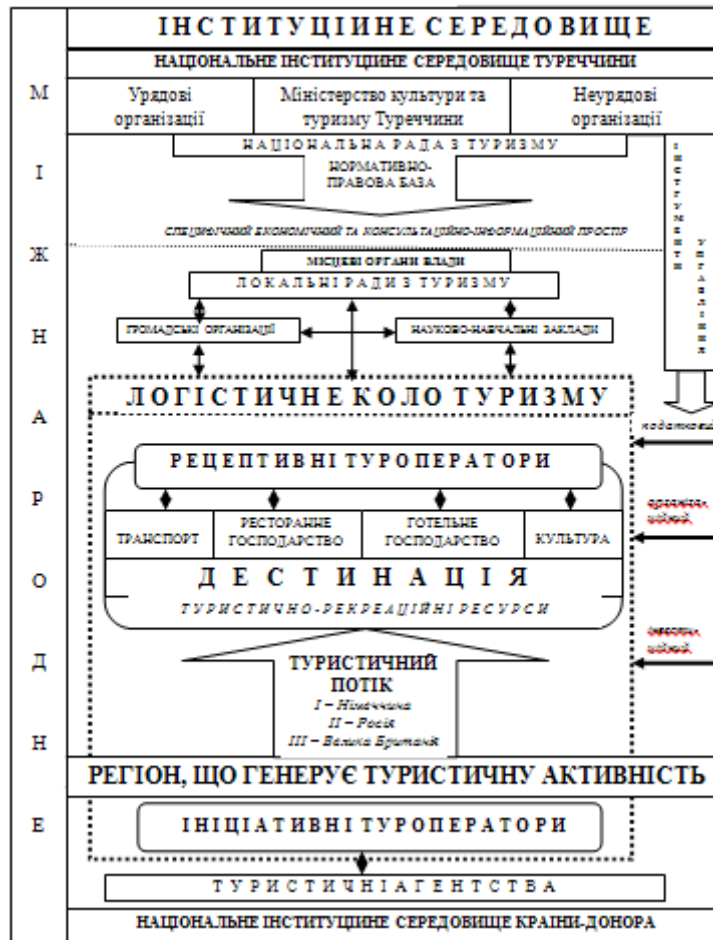


Рис. 1. Узагальнена модель організації туристичної діяльності в Туреччині

До підсистеми «регіон, що генерує туристичну активність» належать суб'єкти туристичного бізнесу, які забезпечують доведення до споживачів сформованого туристичного продукту та сприяють його реалізації – ініціативні туropератори, туристичні агентства, а також їх партнери - страхові компанії, рекламні агентства та ЗМІ, в т. ч. Інтернет, заклади виставкової діяльності, кредитні установи тощо. Туристичні ТНК Туреччини мають досить налагоджений механізм проникнення та завоювання ринку регіону, що генерує туристичну активність.

Підсистема «*туристичний потік*» є ядром моделі та метою її функціонування. Туристична політика Туреччини спрямована, звичайно, на його зростання, нівелювання сезонності та ускладнення територіальної структури відвідувань за рахунок диверсифікації видових субринків. Але значно складнішим є вплив на структуру туристичного потоку, що залежить як від іміджу країни, так і від платоспроможності населення регіону, що генерує туристичну активність. Зокрема, Стратегією розвитку туризму Туреччини до 2023 року визначено ціль збільшити витрати середнього туриста з 740 дол. (2011 р.) до 1350 дол. (2023 р.) [4]; з цією метою вже сьогодні проводиться активний ребрендинг Туреччини на світовому туристичному ринку, серед заходів якого – поступовий відхід від системи обслуговування «all inclusive».

Підсистема «*дестинація*» представлена сформованими кластерами, ініціативною групою формування яких (консолідатором) виступають потужні туроператори. Експлорація та введення туристичних регіонів [1] в Туреччині сьогодні відбуваються відповідно до державних програм та стратегій (визначені 5 районів розвитку туризму, 9 туристичних зон, 10 туристичних міст та 7 тематичних туристичних коридорів) [7, с. 46-55] і не є свідченням екстенсивного розвитку галузі, а навпаки – інструментом досягнення пропорційного розвитку туризму.

Особливою підсистемою моделі є «*логістичне коло туризму*», в якій організовуються туристичні, інформаційні, сервісні та фінансові потоки, а також формується, реалізується та споживається туристичний продукт. Логістичний підхід передбачає оптимізацію взаємодії підприємницьких структур, що діють в межах регіону-донору та дестинації: туристичних операторів (ініціативних та рецептивних у дестинації), туристичних агентств, бюро екскурсій, транспортних організацій. Як вже було зазначено, шляхом спочатку концентричної, а в подальшому – і конгломеративної диверсифікації існує тенденція до контролю утвореною структурою логістичного кола туризму [3, с. 167] (як приклад можна навести холдинг ОТІ, до складу якого входить відомий на українському ринку туроператор Coral та ще декілька DMC, готельних ланцюгів та авіаперевізників) [10].

Узагальнена модель організації туристичної діяльності в Туреччині дає змогу розглянути механізм функціонування туристичної галузі в країні та демонструє складну систему прямих та зворотних зв'язків, що мають складатися між усіма підсистемами для її успішного функціонування. При цьому саме оптимальне інституційне середовище є фактором розвитку усіх інших підсистем. Результатом організації туристичної діяльності має бути встановлення контролю національними, а не іноземними, структурами над логістичним колом туризму в межах певної дестинації.

Відповідно до підсистем моделі організації туристичної діяльності, було сформульовано пропозиції щодо удосконалення організації туристичної діяльності в Україні.

Удосконалення національного інституційного середовища має здійснюватися у кількох напрямках:

- *удосконалення організаційної структури* національного інституційного середовища України в галузі туризму у межах адміністративної реформи.

1) Створення єдиного органу центральної виконавчої влади в галузі туризму зі статусом міністерства, що дозволить уникнути явища дублювання функцій та відповідальності різними інститутами та багатовідомчого характеру туристичної галузі.

3) Створення міжвідомчого органу регулювання туризмом на центральному та місцевому рівнях у зв'язку з багатогалузевим характером туристичної сфери та необхідністю врахування інтересів усіх суб'єктів туристичної діяльності.

- *удосконалення нормативно-правової бази* національного інституційного середовища України в галузі туризму.

1) Удосконалення основоположного нормативно-правового акту України в галузі туризму – Закону України «Про туризм» (2003) - шляхом внесення змін і доповнень до вже діючого закону або шляхом розробки як нового рамкового закону, так і Туристичного кодексу.

2) Розробка державної та системи регіональних довгострокових цільових програм розвитку туризму та розробка механізмів контролю за їх виконанням.

Крім того, що не було проаналізовано результати Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 рр., Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 рр., так і не було розроблено програмного документу на наступний період, що має наслідком не лише відсутність плану конкретних заходів на найближчі роки, а й викликає питання про механізм фінансування туристичної галузі, адже видатки з Державного бюджету України кожного року здійснюється відповідно до програмно-цільового методу, а, отже, відсутність програми робить фінансування неможливим.

- *удосконалення інструментів управління:*

1) Зниження тиску податкових інструментів (як загальнодержавних, у структурі яких провідне місце займають ПДВ та податок на прибуток, так і спеціальних (туристичний збір) на суб'єктів туристичної діяльності шляхом :

- застосування диференційованих та плаваючих ставок ПДВ, що переглядалися б відповідно до економічної ситуації країні та кон'юнктури туристичного ринку;

- удосконалення механізму збирання туристичний збору (шляхом включення його до ціни номеру та ліквідації низки пільг), що полегшить його адміністрування, та визначення цільового призначення надходжень.

2) Удосконалення використання інвестиційних інструментів шляхом:

- спрощення бюрократичних процедур (лімітуючим фактором залучення інвестицій є непрозорі та тривалі в часі процедури землевідведення та узгодження великої кількості документації);
- зростання прозорості діяльності підприємств, заснованих на системі розкриття інформації про підприємства через інформаційну мережу, що дозволить донести інформацію про пропонований інвестиційний проект до більшості потенційних інвесторів;
- відновлення пільгового режиму оподаткування та створення нових СЕЗ та ТПР, у зв'язку з чим необхідно обмежити сферу дії поняття «зона» та посилити державний контроль процедури пільгового оподаткування;

3) Підвищення ефективності використання організаційних інструментів управління туристичною діяльністю:

- впровадження та створення механізму проведення обов'язкової категоризації готельної бази: затвердження процедури оцінки готелів на основі єдиної системи стандартів для готелів Hotelstars Union, що були розроблені Союзом професійних асоціацій готельєрів та рестораторів Європи HOTREC.

- створення впливової неурядової організації та включення до її обов'язків здійснення ліцензування туристичних підприємств (діюча Асоціація лідерів туристичного бізнесу України (АЛТУ) контролюється впливовими туроператорами і створює штучні бар'єри на ринку для невеликих підприємств).

Удосконалення організації туристичної діяльності в межах дестинації полягає у створенні туристичних кластерів. У зв'язку з тим, що формування туристичного кластеру – не стихійний, а економічно детермінований процес постає питання про роль у цих процесах держави. В Україні, у зв'язку з тим, що туристичний ринок знаходиться на стадії формування, а кластерний підхід є нововведенням, державні органи будуть продовжувати відігравати роль ініціативної групи. Але в подальшому в даній ролі мають виступати провідні суб'єкти туристичної діяльності. Таким чином, туристичні кластери передбачають розробку нормативно-правового регулювання лише їх створення шляхом виділення пріоритетних дестинацій та запровадження СПРЕД на них. Найбільш зручною в управлінні та правовому забезпеченні є географічно-адміністративна організаційна форма кластеру в поєднанні з фокусною формою (на базі ТРС).

Удосконалення підсистеми «логістичне коло туризму» має відбуватися шляхом формування мережі туристичних маршрутів, що має стимулювати зв'язки в межах вже сформованих ареалів та стимулювати розвиток кластерів. Роль «туристичних осей» в Україні на даному етапі мають виконувати міжнародні транспортні коридори, що включають пан'європейські та трансконтинентальні. Так, в межах кожної з виділених зон розвитку туризму перетинаються від 3 до 5 даних коридорів,

формуючи відповідні вузли – Львів, Одеса, Київ. У 2002 р. було затверджено Комплексну програму утвердження України як транзитної держави у 2002-2010 рр., відповідно до якої передбачалося розроблення проекту Програми розбудови туристичної інфраструктури у зонах економічного тяжіння за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів. Виконання коридорами ролі «туристичних осей» має відбуватися шляхом «приєднання» регіональних туристичних маршрутів до їх системи.

Удосконалення організації туристичної діяльності в регіоні, що генерує туристичну активність, є можливою шляхом створення брендів дестинацій національного, регіонального, локального рівнів [9], що може здійснюватися позавідомчим органом та шляхом транснаціоналізації діяльності великих туристичних операторів України (TPG, Pan Ukraine тощо).

Висновок. Отже, враховуючи досвід Туреччини, удосконалення організації туристичної діяльності в Україні має здійснюватися шляхом створення міжвідомчого органу регулювання туризмом; розробки державної програми розвитку туризму; відновлення пільгового режиму оподаткування СЕЗ та ТПР; впровадження механізму проведення обов'язкової категоризації готельної бази; створення впливової неурядової організації та включення до її обов'язків здійснення ліцензування туристичних підприємств. Удосконалення територіальної організації туристичної діяльності має відбуватися шляхом формування мережі туристичних маршрутів, що має стимулювати зв'язки в межах вже сформованих ареалів та стимулювати розвиток кластерів. Роль «туристичних осей» в Україні на даному етапі мають виконувати міжнародні транспортні коридори, в тому числі, шляхом «приєднання» регіональних туристичних маршрутів до їх системи.

Використані джерела:

1. Любіцева О. О., Мальська М. П., Зінко Ю. В. Концептуальні засади географії рекреації та туризму // *Географія та туризм: Наук. зб.* – К.: Альтерпрес, 2011. – Вип. 11. – с. 3-13
2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
3. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: /монографія / кол.авт., за ред.. А.Ю.Парфінєнка.- Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2013.-280 с.
4. Самарцев Е. Турция. Как нужно развивать туризм // *Гостиничный и ресторанный бизнес.* – 2010. - №2. – с. 28-37
5. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.:Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
6. Law For the Encouragement of Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kultur.gov.tr/EN/belge/2-22499/law-for-the-encouragement-of-tourism.html> (23.11.13)
7. Tourism Strategy of Turkey – 2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kulturturizm.gov.tr/genel/text/eng/TST2023.pdf> (19.12.13)
8. http://www.tursab.org.tr/en/legislation/the-law-concerning-travel-agencies-and-the-association-of-travel-agencies_1063.html (13.01.14). Association of Turkish Travel Agencies
9. http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=51&ust_id=14 (9.01.2014). Turkish Statistical Institute
10. <http://www.otiholding.com/?sid=187> (9.01.14). OTI Holding