

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
------------------------	---

ТЕМА 1

ВСТУП ДО ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ

1.1. Розвиток економіки туризму як самостійного розділу економічної науки	8
1.2. Предмет економіки туризму	12
1.3. Методологія і специфіка економіки туризму	15
1.4. Галузь туризму в національній економіці	19

ТЕМА 2

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

2.1. Механізм функціонування ринку туристичних послуг: попит, пропозиція, типи ринку	28
2.2. Поняття і види туристичного продукту	36
2.3. Суб'єкти ринку туристичних послуг. Характеристики споживачів	40
2.4. Маркетинговий комплекс туристичного продукту	44

ТЕМА 3

ТУРИЗМ ЯК СФЕРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

3.1. Поняття підприємництва і підприємства, їх класифікація	54
3.2. Види і різновиди туризму	69
3.3. Постачальники туристичної послуги: типи, функції	76
3.4. Заклади розміщення	83
3.5. Інфраструктура індустрії туризму	91

ТЕМА 4

РЕСУРСИ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

- 4.1. Основні засоби і оборотні фонди:
сутність, показники 103
- 4.2. Персонал: поняття, види 117
- 4.3. Нематеріальні ресурси. Туристичні активи 124

ТЕМА 5

РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

- 5.1. Види і структура витрат та формування
собівартості туристичного продукту 136
- 5.2. Ціноутворення у туризмі 144
- 5.3. Виручка і прибуток
як фінансово-економічні результати 160
- 5.4. Показники фінансово-економічного стану 177

ТЕМА 6

ІНВЕСТИЦІЇ ТА ІНВЕСТУВАННЯ

В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

- 6.1. Макроекономічний аналіз інвестиційних
процесів у туристичній галузі 194
- 6.2. Поняття інвестицій та інвестування.
Види та джерела інвестицій на мікрорівні 201
- 6.3. Основні показники ефективності інвестування:
норма прибутку, термін окупності,
чиста дисконтована вартість,
внутрішня норма віддачі 210
- 6.4. Інвестиційне проектування туристських об'єктів.
Структура та етапи реалізації бізнес-плану 222

ТЕМА 7

СТАН РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО І ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

- 7.1. Значення міжнародного і внутрішнього туризму
для розвитку країни і територій 230
- 7.2. Поняття і показники в'їзних
і виїзних потоків у туризмі 246
- 7.3. Елементи макроекономічного середовища
розвитку міжнародного і внутрішнього туризму. 257

ТЕМА 8

РЕГІОНАЛЬНІ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

- 8.1. Основні підходи до розробки регіональних програм:
рекреаційно-географічний,
маркетингово-аналітичний, економічний,
міжгалузовий, інвестиційний 263
- 8.2. Економічні засади створення регіональних
фондів розвитку туризму 277
- 8.3. Провідна зарубіжна та вітчизняна
практика управління регіональним
розвитком туристичної галузі 283

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА 300

Передмова

Сучасний етап розвитку людства характеризується посиленням міжкультурних комунікацій і активним розвитком туризму. Інтенсивний розвиток туризму отримав лише в другій половині XX століття, саме в століття стрімкого розвитку техніки, технологій, суспільних відносин, коли стало очевидним, що на світовому ринку пріоритетний напрямок почала займати сфера послуг, до якої відноситься і туристичний бізнес. Міжнародний туризм, крім величезного економічного значення, відіграє велику роль у розширенні меж взаєморозуміння і довіри між людьми різних культур. Він грає важливу роль у встановленні міжнаціональних, міжконфесійних зв'язків, дозволяє народам світу вивчати культуру один одного і здійснювати тісну співпрацю у всіх областях.

Туристична індустрія дуже специфічна і багатогранна сфера економічної діяльності, яка об'єднує підприємства, що виробляють як матеріальні, так і нематеріальні продукти (послуги). Існує багато специфічних особливостей в області економічних аспектів управління індустрією туризму, оскільки її ефективне функціонування сильно залежить від впливу різних чинників, таких як політичні, економічні, соціальні, екологічні. Це одна із специфічних сфер економіки, яка безпосередньо залежить від примх природи і в якій фактор сезонності є одним і основоположних і визначальних чинників функціонування підприємств туріндустрії.

Економіка туризму – вивчає систему економічних відносин, що виникають з приводу виробництва, розподілу і споживання туристичних продуктів і послуг, які задовольняють потреби туриста.

Економічна значимість туризму досить істотна для багатьох національних економік, в тому числі, зростає економічний внесок туризму і в економіку України.

Мета навчального посібника полягає в наданні студентам інформації для набуття знань, умінь, навичок, ціннісних установок і компетенцій в області економіки туризму, економічної діяльності підприємств туристичної індустрії, організації підприємницької діяльності в туризмі, прийнятті економічних рішень в ринкових умовах в сфері туризму, що дозволяють студентам вести професійну діяльність в сфері туризму і правильно розуміти і використовувати економічні закони, що діють на туристському ринку.

Предметом економіки туризму виступають економічні відносини, що виникають в процесі виробництва, розподілу і споживання туристичних продуктів (послуг), що задовольняють потреби туристів.

Об'єктом економіки туризму виступають економічні закономірності і методи їх ефективного використання на мега-, макро-, мезо- і мікрорівні в сфері туризму.

У навчальному посібнику розглядаються ключові аспекти економіки туризму, вивчаються закономірності функціонування і розвитку туристичного ринку, детально розглянуто специфіку економічного управління підприємствами індустрії туризму.

Під час підготовки посібника враховано сучасні досягнення теорії та практики економіки туризму. Зміст навчального посібника узагальнює багаторічний досвід викладання навчального курсу «Економіка туризму», а також методичні і наукові здобутки провідних вчених.

ТЕМА 1

ВСТУП ДО ЕКОНОМІКИ ТУРИЗМУ

1.1. Розвиток економіки туризму як самостійного розділу економічної науки.

1.2. Предмет економіки туризму.

1.3. Методологія і специфіка економіки туризму.

1.4. Галузь туризму в національній економіці.

1.1. Розвиток економіки туризму як самостійного розділу економічної науки

Туризм за останнє сторіччя зазнав значних змін. Особливістю цього періоду є те, що зміни стосувалися в основному форми і змісту туризму. Більшість змін пов'язано зі способом, яким туристські потреби і бажання задовольнялися. У 1937 році Рада Ліги Націй рекомендувала використовувати визначення «міжнародний турист» в статистичних цілях. І, природно, це призвело до систематизованого вивчення та аналізу економіки туризму.

У минулому туризм не розглядався як важлива сфера економічної діяльності, його виробнича активність була не суттєва і його розвитку не надавалося особливого значення. З плином часу туризм почав поступово розвиватися якісно і кількісно, посилювалося його економічне значення. У 1980-х роках з'явилося чітке розуміння значущості туризму і його взаємозалежності з іншими економічними та соціальними видами діяльності. Тільки тоді економісти побачили важливість туризму як економічного феномена і ту роль,

яку він може грати для розвитку світової і національної економік. Розвиток статистики туризму дозволив отримати дані для визначення економічних показників його розвитку. Такі країни, як Австрія, Канада, Франція, Іспанія, Швеція, Великобританія, Сполучені Штати Америки одними з перших почали проводити економічні дослідження в сфері туризму і розробляти звіти про економічний внесок туризму в національну економіку. Особливо активно вивчення економіки туризму відбувалося в останні 50 років, проте кількість вчених, які аналізують проблеми економіки туризму, істотно нижче, ніж дослідників інших сфер економічної діяльності.

Серйозне вивчення економіки туризму почалося в середині 1960-х років з основоположної книги М. Клоусон і Дж. Клетча (Clawson M. and Knetsch J.L., 1966) з економіки відпочинку на природі. У 1970 році Грей (Gray H.P.) опублікував книгу про взаємозв'язок міжнародних поїздок і торгівлі. З цього моменту активізувався інтерес економістів до дослідження туризму як сфери економічної діяльності.

У 1995 році розпочалося видавництво першого наукового журналу з економіки туризму «Tourism Economics». Цей журнал розглядає проблеми економіки і фінансів туризму в усьому світі. Статті присвячені окремим складовим туристичного продукту (проживанню, ресторанам, пам'яткам, транспорту, розвагам), різним туристичним заходам, а також економіці туризму на мікро- і макрорівнях, в тому числі, ринковій структурі; стратегічному плануванню, маркетингу, фінансам, економічному розвитку в сфері туризму.

У 2007 році була створена Міжнародна асоціація з економіки туризму (International Association for Tourism Economics – IATE). Основні цілі IATE:

- сприяти розробці та застосуванню економіки туризму як науки і інструменту для прийняття рішень;
- покращувати комунікації та контакти між викладачами, дослідниками та студентами з економіки туризму в усьому світі;

- покращувати міждисциплінарні зв'язки між економікою туризму і економікою інших сфер діяльності та інших дисциплін;
- розвивати і заохочувати співпрацю між навчальними закладами та науково-дослідними установами, з тим, щоб пропагувати знання про концепцію і додати економічного аналізу до питань туризму.

Одними з найбільш традиційних напрямків економічних досліджень в туризмі є оцінка його внеску в розвиток економіки як окремих країн, так і туристських дестинацій.

В останні роки зазнала змін парадигма вивчення економічних наслідків впливу туризму в результаті використання моделей загальної рівноваги замість моделей ІОМ. Розрахункові моделі загальної рівноваги можуть бути адаптовані для моделювання альтернативних умов, таких як гнучкі або фіксовані ціни, альтернативні зміни валютного курсу, відмінності в ступені мобільності факторів виробництва і різні види конкуренції.

Найбільш важливими напрямками досліджень в економіці туризму є питання вивчення платоспроможного попиту і його прогнозованість.

Цінова конкуренція в туризмі грає істотну роль і сприяє підвищенню якості туристичних продуктів, так як більш якісні продукти можуть продаватися і за вищими цінами.

Структура туристичного ринку залежить від багатьох взаємопов'язаних характеристик, серед них: кількість продавців, наявність і ступінь диференціації продукції, структура витрат, наявність бар'єрів для входу на ринок і ступінь вертикальної і горизонтальної інтеграції.

Вивчаються також способи, через які уряд може впливати на туристичні ринки, включаючи податки і субсидії, регулювання, контроль над цінами, закони про конкуренцію і надання інформації для учасників туристичного бізнесу.

Прийняті в 2008 році міжнародні рекомендації по статистиці туризму UNWTO зіграли дуже важливу роль у розвитку економіки

туризму як науки. Рекомендована структура статистики туризму ідентифікує туризм через понятійний апарат, характерний для туризму. Прогрес, досягнутий у розвитку рекомендацій в рамках статистики туризму, тепер відкриває нові дослідницькі можливості для економістів. До них відносяться вимір взаємозв'язку туризму з іншими галузями, а також порівняння туристичної діяльності з іншими основними галузями промисловості з точки зору величини економічних показників, зайнятості, внеску в національну та регіональну економіку, порівняння між регіонами, країнами або групами країн. У дослідників тепер є більше можливостей, щоб допомогти всім зацікавленим сторонам в туризмі краще зрозуміти економічне значення туристської діяльності, його роль у всіх галузях, що виробляють різні товари і послуги для туристів. Таким чином, економіка туризму може виступати в якості інструменту для підвищення якості стратегічного управління і планування в індустрії туризму і для підвищення конкурентоспроможності туризму.

В рамках економічних досліджень слід вивчати і враховувати вплив триваючого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на структуру пропозиції, конкурентоспроможність, ефективність, поширення інновації і продуктивність. По суті, всі ці зміни істотно впливають на економіку туризму.

Олігополістичний характер різних секторів туризму показує, що фірми прагнуть контролювати свої ланцюги поставок за рахунок вертикальної і горизонтальної інтеграції і шляхом формування стратегічних альянсів.

Теорія ігор також має особливе значення для підвищення розуміння поведінки і стратегії постачальників туристських послуг в різних секторах туризму.

Протягом багатьох років індустрія туризму пережила безліч фінансових криз, але до сих пір ще питання впливу фінансової нестабільності недостатньо досліджені. Наслідки фінансових криз та їх вплив на розробку нових туристичних продуктів, залучення

інвестицій, зміни в маркетингу не до кінця зрозумілі. Крім того, залишаються мало вивченими питання поведінки турпідприємств на ринку під час економічних спадів. Дуже мало відомо про вплив фінансово-економічної кризи на МІСЕ-туризм.

Вимірювання продуктивності є новою областю досліджень в економіці туризму, і це спричинило активізацію досліджень у галузі інвестицій, інновацій, підприємництва та конкуренції. У той час як проведено багато наукових досліджень продуктивності в сфері гостинності, показники продуктивності в сфері туризму різних країн є відносно мало досліджені. Основна проблема полягає в тому, що при використанні виробничих функцій в туризмі складно встановити, що є входами і виходами сектора туризму.

Туризм є надзвичайно складним соціально-економічним явищем, що охоплює практично всі сфери діяльності. У зв'язку з цим необхідно розширення досліджуваних в рамках економічної науки проблем і збагачення її як за рахунок нових концепцій, методів і моделей, так і за рахунок розширення міждисциплінарних досліджень.

Незважаючи на велику кількість досліджень, багато питань економіки туризму залишаються малодослідженими. До них відносяться вивчення впливу проблеми антикризового управління в сфері туризму, вплив глобалізації, злиттів і поглинань на розвиток туризму на рівні світової та національної економік, дослідження і попередження ризиків в туризмі та їх вплив на економічний стан ринкових суб'єктів. Заслужують також більш глибокого вивчення такі нові питання економічної науки, як економіка вражень, економіка участі та ін.

1.2. Предмет економіки туризму

Люди, що живуть в розвиненому суспільстві, крім біологічних потреб мають багато інших потреб і бажань. Однією