

Рекреаційна географія. Туризм

УДК 338.48-32 (477)

Арсененко І.А., Іванова В.М.
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ

У статті розглянуто сучасні підходи до організації екскурсійної діяльності та схарактеризовано особливості функціонування ринку екскурсійних послуг.

Ключові слова: екскурсійна діяльність, ринок екскурсійних послуг, виробники екскурсійних послуг, споживачі екскурсійних послуг, екскурсійне підприємство.

Екскурсійна діяльність як складова частина туризму та сфери соціально-економічної діяльності, з одного боку, визначається мотиваційними потребами і попитом туристів і екскурсантів, а з іншого боку, належить до товарів і послуг, які надають туристичні й екскурсійні підприємства з метою задоволення цього попиту на ринку екскурсійних послуг. Матеріальне екскурсійне споживання орієнтоване на одержання платних екскурсійних послуг, а духовне - на контакти з культурою, традиціями, побутом в регіоні здійснення ЕД, що сприяє соціально-економічному розвитку регіонів і накопиченню національного багатства.

На сучасному етапі дані питання є досить актуальними, тому метою наших досліджень є вивчення теоретичних підходів до організації ЕД і функціонування ринку екскурсійних послуг.

Проведені нами дослідження, щодо вивчення ринку екскурсійних та туристичних послуг як вітчизняними так і зарубіжними фахівцями Балабановим І.Т., Балабановим А.І. (1999), Карташевською І.Ф. (2000), Любіцевою О.О. (2005), Бабарицькою В.К., Малиновською О.Ю. (2007), Пуцентейло П.Р. (2007), Мальською М.П. (2008, 2012), Бейдиком О.О. (2009), Божидарнік Т.В. (2012), Стеченко Д.М. (2012), Панченко Ю.В. (2013) та ін. дозволяють нам розглядати ринок екскурсійних послуг в якості взаємодії споживачів (туристів і екскурсантів) і виробників (туроператорів, турагентів, бюро подорожей і екскурсій) екскурсійного продукту, інструмента узгодження їх інтересів і сфери прояву економічних відносин, які відбуваються між ними [2,5,6,1,10,7,8,3,4,11,9].

Рекреаційна географія. Туризм

Характеристика ринку екскурсійних послуг для організації ЕД виражається в його функціях, ємності, виявленні суб'єктів ЕД, попиту та пропозиціях екскурсійних послуг, виробництві та споживанні екскурсійного продукту.

Функції ринку екскурсійних послуг відображають форми здійснення ЕД і її призначення в суспільстві. Ринок екскурсійних послуг виконує наступні функції: реалізацію вартості і собівартості екскурсійного продукту; організацію процесу надання екскурсійних послуг споживачу (туристів і екскурсантів).

Ємність ринку екскурсійних послуг - його здатність "поглинути" кількість екскурсійного продукту, тобто можливий обсяг реалізації окремих екскурсійних програм, інших послуг туризму і товарів туристично-сувенірного призначення при існуючих цінах і пропозиції.

Суб'єктами взаємодії на ринку екскурсійних послуг виступають: туристи та екскурсанти, туроператори, турагенти, бюро подорожей і екскурсій. Це юридичні і фізичні особи, що є споживачами і виробниками екскурсійного продукту. Споживачами екскурсійного продукту є громадяни, які мають визначену мотивацію до здійснення подорожі, тобто туристи та екскурсанти, і відповідну покупну здібність. Виробниками екскурсійного продукту є туристичні й екскурсійні підприємства (туроператори, турагенти, бюро подорожей і екскурсій), які працюють з метою отримати прибуток і задовольнити потреби населення в організації екскурсійної діяльності.

Попит на екскурсійний продукт являє собою форму прояву екскурсійних потреб споживачів, забезпечених коштами.

Пропозиція екскурсійного продукту обумовлено визначеними передумовами, серед яких найбільш важливими є: наявність його виробників, рівень розвитку підприємств туристичної індустрії, обсяг екскурсійних ресурсів.

Екскурсійні послуги визначаються як кінцевий продукт діяльності туристичних і екскурсійних підприємств по задоволенню визначених потреб та реалізації діяльності людей у вільний час: відпочинок, екскурсії, подорожі.

На нашу думку механізм функціонування ринку екскурсійних послуг являє собою систему дій економічних важелів для збалансованості попиту та пропозиції на екскурсійний продукт, на обмін "гроші - екскурсійний продукт", на грошові потоки і потоки екскурсійного продукту при яких здійснюється організація та проведення різних тематичних екскурсій, або їх поєднання з

Рекреаційна географія. Туризм

певними видами туристичної діяльності. Функціонування ринку екскурсійних послуг можна представити у вигляді запропонованої схеми на рис.1.

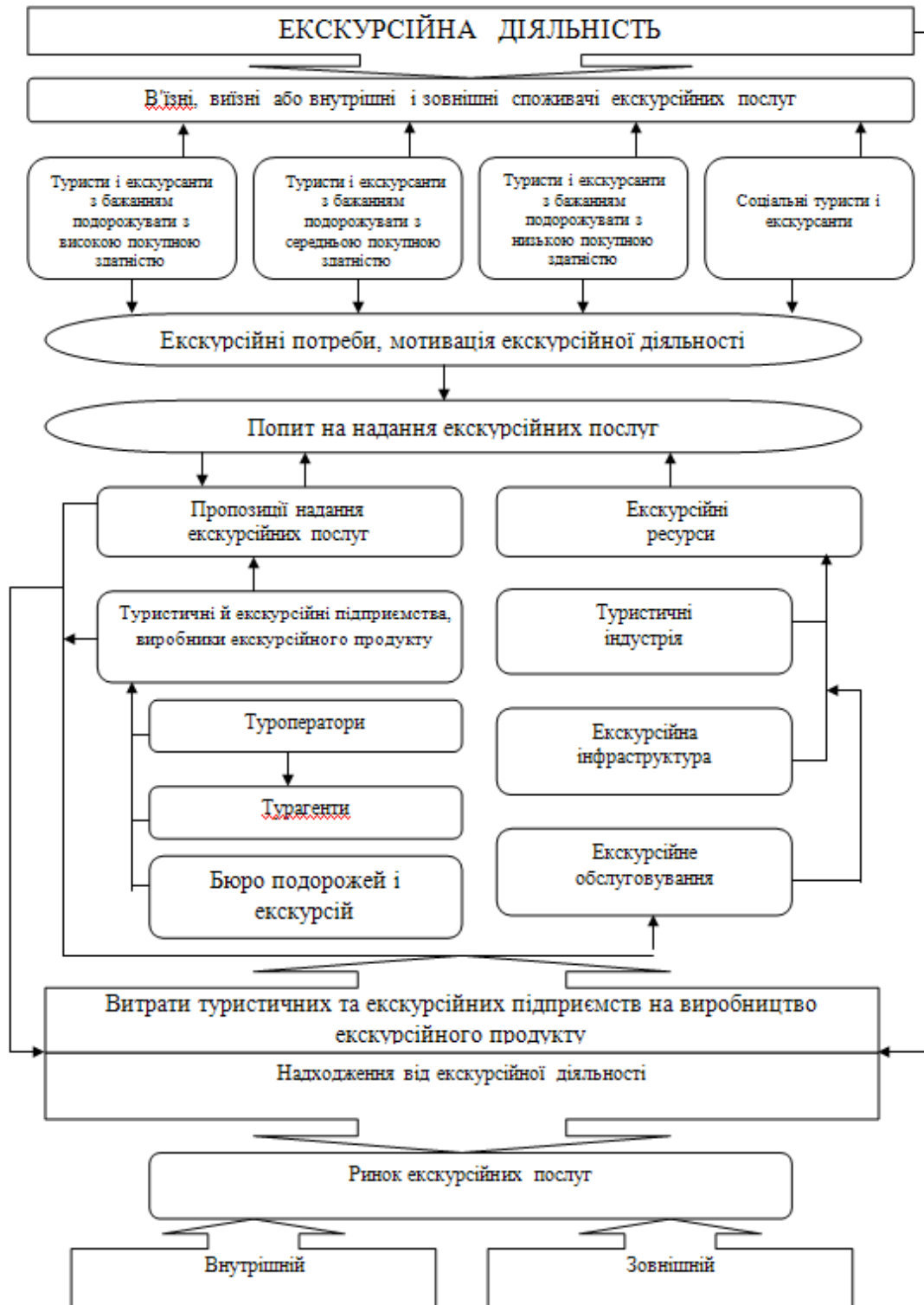


Рис.1. Схема функціонування ринку екскурсійних послуг.

Рекреаційна географія. Туризм

Наведена схема показує, що попит на екскурсійні послуги обумовлений певними передумовами пред'явників попиту (туристів і екскурсантів) які формують в'їзні, виїзні або внутрішні екскурсійні потоки: люди з екскурсійними потребами і бажанням подорожувати – туристи і екскурсанти з високою покупною здатністю, попит яких спрямований на самі престижні екскурсійні програми, тури, оригінальні подорожі, високий рівень туристичного обслуговування (комфорт, особлива увага обслуговуючого персоналу, надання індивідуального екскурсовода або гіда-перекладача, автотранспортних послуг і т.п.); туристи та екскурсанти з середньою покупною здатністю, які можуть собі дозволити певні туристичні напрямки і визначенні екскурсійні програми; туристи й екскурсанти з бажанням подорожувати, з низькою покупною здатністю, в основному їх купівельна спроможність - стандартні екскурсійні програми і тури; соціальні туристи і екскурсанти – люди які мають бажання подорожувати, але відносяться до найменш захищених в соціальному плані прошарків населення (пенсіонери, інваліди, студенти, дітси-сироти та ін.) і потребують певних субсидій від держави або громадських організацій для здійснення ЕД.

Наведена схема показує, що попит на екскурсійні послуги обумовлений певними передумовами які формують в'їзні, виїзні або внутрішні екскурсійні потоки: люди з екскурсійними потребами і бажанням подорожувати; люди з високою покупною здібністю, попит яких спрямований на самі престижні екскурсійні програми, оригінальні подорожі, високий рівень екскурсійного обслуговування (комфорт, особлива увага обслуговуючого персоналу, надання індивідуального екскурсовода та гіда-перекладача, автотранспортних засобів і т.п.); люди з покупною поведінкою.

Розвиток ЕД і ринку екскурсійних послуг (внутрішнього, або зовнішнього) має велике соціально-економічне значення, сприяє вирішенню загальних соціально-економічних проблем, допомагає наповненню бюджету регіону. На ринку екскурсійних послуг не має можливостей задовольнити всі потреби і бажання людини при організації ЕД. Наявність екскурсійних ресурсів припускає створення досить складної і різноманітної матеріально-технічної бази ЕД. При збільшенні економічної віддачі від туристичної індустрії одна частина доходу використовується для задоволення нових екскурсійних потреб, а інша може бути спрямована на розвиток інших сфер економіки. Таким чином, становлення та розвиток ринку екскурсійних послуг як галузі господарського комплексу характеризується певними економічними показниками, які

Рекреаційна географія. Туризм

викреслюють напрямки здійснення ЕД та кількісний обсяг реалізації екскурсійних послуг, їх якість. Система показників розвитку ЕД в регіоні має включати: обсяг екскурсійних потоків, їх напрямки; сегментацію складових компонентів пропозиції та попиту на екскурсійний продукт; стан та розвиток матеріально-технічної бази; показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів які надають екскурсійні послуги (туристичних і екскурсійних підприємств); показники витрат на виробництво екскурсійного продукту та грошових надходжень від ЕД на ринок екскурсійних послуг (внутрішній або зовнішній).

Використана література:

1. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. посіб. / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. – К. : Альтерпрес, 2007. – 464 с.
2. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учебн. пособ. / И. Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 176 с.
3. Бейдик О.О. Україна: стратегія розвитку національного туризму: [навч. метод. посіб.] / О.О. Бейдик. – К. : ВЛГ „Обрії”, 2009. – 236 с.
4. Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм [текст]: навч. посіб / Т.В. Божидарнік, Н. В. Божидарнік, Л. В. Савош [та ін.]: - К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 312 с.
5. Карташевская И. Ф. Географические аспекты познавательного туризма. Рынок экскурсионных услуг / И. Ф. Карташевская. – Симферополь : Издательство „Пирамида-Крым”, 2000. – 146 с.
6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – 3-е вид., перероб. та доп. – К.: „Альтерпрес”, 2005. – 436 с.
7. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підруч.] / М.П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
8. Мальська М. П. Планування туристичної діяльності : [підруч.] / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К. : Знання, 2012. – 310 с.
9. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму: навч. посіб. / Ю.В. Панченко, О.Є. Лугінін, С.В. Фомішин. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2013. – 342 с.
10. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
11. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. / Д.М. Стеченко, І. В. Безуглий, Н. П. Турло, С. М. Мархонос; за ред. Д. М. Стеченка. – К. : Знання, 2012. – 455с.

Рекреаційна географія. Туризм

Арсененко А.И., Иванова В.М.

Мелитопольский государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого

ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВАХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ

В статье рассмотрены современные подходы к организации экскурсионной деятельности и дана характеристика функционирования рынка экскурсионных услуг.

Ключевые слова: экскурсионная деятельность, рынок экскурсионных услуг, производители экскурсионных услуг, потребители экскурсионных услуг, экскурсионное предприятие.

Arsenenko I., Ivanova V.

Bohdan Khmelnytskyi State Pedagogical University of Melitopol

EXCURSION ACTIVITY AS THE BASIS OF FUNCTIONING OF MARKET EXCURSION SERVICES

The article deals with modern approaches to the organization of excursion activities and the characteristic of the functioning of the market of tour services.

Keywords: excursion activity, tour services market, manufacturers excursion services, consumers excursion services, tour company.

УДК 338.488.2: 640.43(477)

Борисюк О.А.

Національний авіаційний університет

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В КОНКУРЕНТНИХ РЕАЛІЯХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті розкриваються основні проблеми та особливості впровадження інновацій в діяльність підприємств ресторанного господарства; виокремлюються функціональні рівні інноваційних циклів в певних типах підприємств ресторанного господарства, що задіяні в наданні послуг харчування іноземним туристам.

Ключові слова: ресторанне господарство, функції ресторанного господарства, тип підприємства ресторанного господарства, інновації, функціональні рівні інноваційних циклів.

Постановка проблеми. Однією зі складових туристичної індустрії є ресторанне господарство, роль якого в туризмі важко переоцінити. Обслуговування туристів в закладах ресторанного господарства розглядається як