

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Доведено, що однією з причин недостатнього розвитку туристичної сфери в Україні є відсутність цілісних наукових концепцій щодо визначення системи туризму, розкриття його сутності, різноспрямованість теоретичних підходів до формування мети, завдань, видів, форм та засобів туризму. Це обумовлює суперечливість категоріально-понятійного апарату, який в подальшому є основою нормативно-правових актів, що регламентують сферу туризму. Туризм досліджено у вузькому та широкому аспектах. У широкому розумінні до туризму належить будь-який маршрут переміщення людини у просторі, що виходить за межі буденності або повсякденних справ. У вузькому значенні до туристичних належать всі спеціальні організації або маршрути по переміщенню громадян, що здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організації, що їх відправили), крім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму у вузькому значенні займаються спеціальні організації (туристичні фірми, бюро, агентства та ін.), які є суб'єктами туристичної діяльності. Різносторонність наукових підходів до трактування туризму обумовлює доцільність застосування системного підходу до його дослідження. Виходячи з наданої характеристики складових туризму, для побудови його концептуальної моделі доцільно виокремити суб'єктно-об'єктну, функціональну та забезпечувальну підсистеми системи туризму. Запропонована модель сприятиме уточненню теоретичних основ туризму та розробці напрямів його розвитку в сучасних умовах України.

Ключові слова: система туризму; мета туризму; функції туризму; завдання туризму; функціональна підсистема туризму; суб'єктно-об'єктна підсистема туризму; забезпечувальна підсистема туризму; форми туризму; внутрішній туризм; виїзний туризм.

Постановка проблеми. Становлення туристичної галузі в Україні з моменту проголошення державної незалежності відбувалось у два етапи:

- 1) ліквідація екскурсійних бюро державної форми власності та одночасне виникнення туристичних операторів і туристичних агентів (як фізичних, так і юридичних осіб);
- 2) трансформація існуючих екскурсійних бюро відповідно до попиту споживачів туристичного продукту.

В Україні цій галузі не надається особливої уваги з боку держави, її пріоритет значно нижчий за інші розвинуті країни-лідери у туристичному бізнесі. Але вона має величезний природний, різноманітний етнографічний, багатий історичний потенціал. Лише курортні та рекреаційні території займають близько 17 % території. Дуже привабливими є археологічні пам'ятки, цікавими нечисленні заповідники [1].

Зв'язок з останніми науковими дослідженнями. Теоретичним засадам ефективного функціонування туристичної сфери присвячено праці багатьох вітчизняних та закордонних науковців, зокрема: В.І. Азарова, С.Ю. Туманова [2], М.Б. Біржакова [3], В.Ф. Буйленка [4], О.О. Любіцевої [5], Т.Г. Сокол [6], В.Ф. Кифяка [7], Н.В. Чорненкої [8] та багатьох інших. Однак аналіз зазначених праць підтверджує відсутність єдиних підходів до формування системи туризму та його складових. Однією з причин недостатнього розвитку туристичної сфери в Україні є відсутність системних наукових концепцій до визначення системи туризму, до розкриття його сутності, різноспрямованість теоретичних підходів до формування мети, завдань, видів, форм та засобів туризму, що обумовлює суперечливість категоріально-понятійного апарату, який в подальшому є основою нормативно-правових актів, що регламентують сферу туризму. Наявність низки невирішених теоретичних питань щодо становлення туристичного бізнесу в Україні, їх важливе значення обумовлює актуальність теми дослідження та визначає цільову спрямованість статті.

Метою статті є критична оцінка та уточнення категоріально-понятійного апарату системи туризму та розробка її концептуальної моделі з виокремленням складових підсистем і елементів.

Викладення основного матеріалу дослідження. Основними характеристиками, що визначають сучасний стан туристичної діяльності в Україні, є такі:

- 1) найдинамічніша та гнучка галузь національної і світової економіки, що одночасно є високодоходною. Наприклад, відповідно до останніх прес-релізів Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, доходи туристичних центрів всього світу від вироблених міжнародними відвідувачами витрат на розміщення і харчування, розваги, шопінг та інші послуги і товари досягли в 2013 році приблизно

1159 млрд дол. США. З урахуванням змін валютного курсу та інфляції зростання досягло приблизно 5 % [9].

Як свідчать статистичні дані, на Європу припадає 42 % всіх доходів від міжнародного туризму, на Азіатсько-Тихоокеанській регіон – 31 %, Американський регіон займає третє місце, йому відповідає частка у 20 %, останні місця аналітики віддають Близькому Сходу – 4 % від частки загальних доходів і Африці з відповідними показниками у 3 % [10];

2) одна з найбільших світових індустрій, що містить досить різноманітні елементи: подорожі, відпочинок, активне дозвілля, готельний бізнес тощо;

3) провідний виробник продукції (послуг);

4) один з найбільших роботодавців, що вирішує проблему зайнятості населення;

5) високий рівень конкурентоспроможності в галузі;

6) висока адаптивність до змін зовнішнього середовища. Як правило, ця ознака об'рунтована тим, що, в основному, туристичні підприємства є середніми та малими.

Це підтверджує Р.Балашова, яка пише, що туристичний бізнес характеризується достатнім ступенем мобільності, швидкістю переорієнтації туристичних напрямів, динамічністю та гнучкістю у прийнятті рішень [11].

Досліджуючи вплив туризму на економічний розвиток країни, автори вирізняють такі прояви [12, с. 12]: туризм є валютним джерелом надходжень для країни; призводить до збільшення зайнятості населення; збільшує надходження у платіжний баланс і ВВП країни; сприяє диверсифікації економіки, створюючи обслуговуючі галузі; сприяє зростанню доходів населення і підвищенню добробуту нації.

Бойко М.Г. в цьому контексті пише про «феномен туризму», який полягає в тому, що навіть в умовах несприятливої кон'юнктури і періодів глобальної економічної кризи цей вид економічної діяльності спроможний зберегти позитивні тенденції розвитку [13]. Білецька І. [14] підкреслює ще одну властиву туризму особливість: це кількісне значення туризму для результативності економіки завдяки його прямому впливу на зростання прибутковості галузі та опосередкованому – шляхом прояву ефекту туристичної мультиплікації на суміжні галузі економіки.

Туризм – складний соціокультурний та історичний феномен, що з форми проведення дозвілля та способу заняття вільного часу поступово перетворився у фактор світового значення нового століття й тисячоліття. Туризм відіграє винятково пріоритетну роль у формуванні комунікативної культури, адекватної нинішньому етапу переходу до цивілізації XXI століття [15].

Багатоманітність інтересів суб'єктів, пов'язаних з туристичною діяльністю, визначає і різноспрямованість дефініції туризму в літературі. Під туризмом можна розуміти:

- вид мандрування, що здійснюється як для цілей відпочинку, так і для ділових справ у місці перебування туризму або поза межами його звичного середовища [16];

- тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [17];

- маршрут переміщення [7];

- соціо-еколого-економічну систему [13];

- вид економічної діяльності, що складається з основних, допоміжних та другорядних спеціалізованих процесів виробництва туристичного продукту, спрямованого на задоволення інтересів споживача [16];

- галузь світової економіки [18];

- особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виокремлюється в самостійну галузь господарства [19];

- форму міграції населення, непов'язану зі зміною місця проживання чи роботи [20];

- складний соціокультурний та історичний феномен [15].

Відносини у туристичній сфері регулюються Законом України «Про туризм», відповідно до якого під туризмом розуміють тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [17].

На наш погляд, найточніше сутність туризму розкрито у праці В.Ф. Кифяка [7, с. 11], який туризм розглядає у вузькому та широкому розумінні. У широкому розумінні до туризму належить будь-який маршрут переміщення людини у просторі, що виходить за межі буденності або повсякденних справ. У вузькому значенні до туристичних належать всі спеціально організовані маршрути по переміщенню громадян, які здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організацій, що їх відправили), крім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму у вузькому значенні займаються спеціальні організації (туристичні фірми, бюро, агентства та ін.), які є суб'єктами туристичної діяльності.

Ми погоджуємось з Е.Горбильовою [16], що сутність туризму проявляється у його засобах, формах, видах. Однак для формування концептуальних основ функціонування туристичного підприємства варто

додати характеристику його мети, завдань, суб'єктів, видів, форм, об'єктів. Для цього вважаємо доцільним застосувати системний підхід та виокремити функціональну, суб'єктно-об'єктну та забезпечувальну складові системи туризму.

Функціональна підсистема містить мету, завдання та функції туризму. Метою діяльності туристичного підприємства визначимо одержання максимального прибутку та задоволення попиту споживачів на туристичні продукти й послуги. Оскільки мета здійснення туристичної діяльності деталізується у завданнях, визначимо такий їх перелік:

- 1) одержання економічного ефекту від функціонування туристичного підприємства;
- 2) одержання соціального ефекту, що полягає у задоволенні попиту на туристичні продукти.

Свою сутність та призначення туризм виражає у виконуваних функціях. Функції туризму по-різному визначаються в економічній та іншій літературі. Зокрема, М.Костриця [21, с. 11] вирізняє медико-біологічну (відновлення фізичних сил, оздоровлення, відпочинок); економічну (залучення валютних коштів, розвиток інфраструктури, зростання зайнятості і доходів населення); політичну (інтеграція до світового товариства); екологічну (раціональне використання і збереження рекреаційних ресурсів); комунікативно-інтегративну (міжнародне спілкування, інтеграція); соціально-культурну (відродження народних промыселів, традицій, пізнання культури та історії інших народів).

Наведемо власний підхід до функцій туризму Р.Ісмієвої [22], яка стверджує, що організації туристичного бізнесу виконують такі функції:

1. Функцію інформації, що полягає у інформуванні клієнтів про всі альтернативні події, які можуть зацікавити їх та надають можливість вибору.
2. Функцію організатора, що полягає у підготовці та технічній організації подій.
3. Функцію посередника, що полягає в організації контактів між клієнтами та власниками послуг – готелів, транспорту, ресторанів.

Алмашій Я. формує таке бачення функцій туристичних підприємств. Комплектуюча функція турагента – це комплектація туру з окремих послуг (для рецептивного туроператора) та комплектація комбінованих турів із рецептивних турів (для ініціативного туроператора), комплектація турів з певними видами послуг (для турагентів). Сервісна функція – це обслуговування туристів на маршрутах, в офісі під час продажу пакетів турів. Гарантійна функція – це надання туристам гарантій щодо туристичних послуг, що були раніше оплачені в обумовленій кількості [23].

На існуванні комунікативної функції наголошує В.Кучеренко, який стверджує, що туризм відіграє винятково пріоритетну роль у формуванні комунікативної культури, адекватної нинішньому етапу переходу до цивілізації XXI століття [15].

Білецька І.М. виокремлює такі функції туризму: соціальну (медико-біологічну, раціонального використання вільного часу, забезпечення зайнятості трудових ресурсів, зростання доходів населення), економічну (створює нову матеріальну та нематеріальну вартісну цінність, надає споживчі послуги, виконує просвітницьку роль, забезпечує охорону здоров'я), політичну (стабільність та безпека в світі), гуманітарну і духовну (інтелектуально-змістову, інтелектуально-пізнавальну, фізичне та психологічне самовідновлення сил людини, самопізнання і самовдосконалення на основі пізнання історії, етнокультури туристичного регіону) та екологічну (охорона навколишнього середовища, охорона природних територій, що використовуються) [14]. Причому, автор надає перевагу соціальній та екологічній функціям туризму, що відповідає сучасним тенденціям розвитку економіки.

Уточнення переліку функцій туризму надало можливість сформувати такий їх склад:

- економічна (одержання економічного ефекту від здійснення туристичної діяльності);
- соціальна (забезпечення зайнятості населення та зростання їх доходів);
- інформаційно-комунікативна (обмін досвідом, інформацією, інтелектуальне зростання);
- екологічна (захист навколишнього середовища).

До функціональної підсистеми належить і виділення видів та форм туристичної діяльності. Досліджуючи питання класифікації видів туризму, можна виокремити різноманітні ознаки: за формами мандрівок; за регіонами відпочинку; за способами організації; за формами пересування; за видами діяльності; за метою поїздки тощо.

Найбільше поширення в літературі та нормативно-правовій базі одержала класифікація туризму за організаційними формами на внутрішній і міжнародний. Внутрішній туризм характерний для населення країни, яке подорожує по своїй країні (регіону, дестинації). Даний тип туризму впливає на розвиток економіки, обумовлюючи таким чином перерозподіл доходів між регіонами країни. Важливими умовами розвитку даної форми туризму є наявність необхідних засобів прийому та певний рівень обслуговування туристів і відповідний рівень розвитку внутрішньої інфраструктури (транспорт, зв'язок, шляхи) [23]. Виїзний туризм (зарубіжний, туризм за кордон) – це виїзд та подорож населення певної країни (регіону) по іншій країні (регіону). В'їзний туризм – це прибуття та подорож по країні (регіону) осіб, які не є її жителями. В'їзний туризм (іноземний) – це активний туризм, адже створює приплив іноземної валюти, а виїзний туризм – це пасивний туризм, оскільки валюта в даному разі вивозиться за кордон. В'їзний

туризм ідентифікується як пріоритетний вид туризму, напрям розвитку туристичної (національної) економіки [17].

Форми туризму – це типи організації туристичної діяльності людини або групи людей. У цьому контексті розрізняють індивідуальний та груповий туризм [16, с. 8].

Суб'єктно-об'єктна складова підсистеми представлена суб'єктами та об'єктами туристичної сфери. Суб'єктами туристичної діяльності, згідно з Законом України «Про внесення змін до Закону України „Про туризм”» [17], є:

1) туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність з надання характерних та супутніх послуг і які в установленному порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

2) туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленному порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

3) інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

4) гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

5) фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Вважаємо, що є доцільним суб'єктів туристичної діяльності класифікувати на тих, що безпосередньо здійснюють туристичну діяльність (перша та друга групи у виділеному переліку), та тих, що забезпечують її здійснення (третья, четверта та п'ята групи).

Об'єктами туристичної діяльності є туристичний продукт або послуга. Під туристичним продуктом варто розуміти комплекс окремих туристичних послуг, що разом узяті роблять можливим перебування або поїздки і можуть задовольнити потреби клієнта – споживача туристичного продукту [16, с. 10]. Вважається, що враховані до туристичного продукту (турпакета) послуги є складовими туристичного продукту, а оплачені окремо – власне туристичними послугами.

Згідно з ЗУ «Про туризм» [17], туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого належать послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, непов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо). Законодавство диференціює супутні туристичні послуги та товари, під якими варто розуміти послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротяться без їх реалізації туристам; характерні туристичні послуги й товари – послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротяться без їх реалізації туристам. Особливостями туристичного продукту є те, що він має властивості товару, тобто має вартість та споживчу вартість.

Досить важливими складовими концептуальної моделі туризму в Україні є забезпечувальна підсистема, представлена нормативно-правовим, інформаційним, кадровим, організаційним забезпеченням.

У контексті нормативно-правового забезпечення визначимо, що організація туристичної діяльності у правових межах регулюється: нормативно-правовими актами реєстрації юридичних осіб, а також фізичних осіб, які займаються підприємницькою діяльністю; законодавчими актами про сертифікацію туристичних підприємств та ліцензуванням туристичної діяльності; податковим законодавством.

У національному законодавстві України розроблена значна кількість нормативно-правових документів, що регламентують здійснення та організацію туристичної діяльності. До них належать: Конституція України, Закони України «Про туризм», «Про курорти», «Про сільський зелений туризм», «Про народні художні промисли», «Про особисте селянське господарство», Указ Президента України «Про Положення про Міністерство культури і туризму України», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Указ Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року», Указ Президента України «Про забезпечення підготовки та проведення

в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу», Господарський кодекс України, Податковий кодекс, Цивільний кодекс України, інші нормативні документи.

Склад інформаційного забезпечення представлений інформацією із зовнішніх та внутрішніх джерел, яка призначена для прийняття рішень туристичним підприємством (табл. 1).

Таблиця 1

Склад інформаційного забезпечення системи туризму

№ з/п	Інформація із зовнішніх джерел та її склад	Інформація із внутрішніх джерел та її склад
1	2	3
1.	Інформація про динаміку зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство	Бесіди з керівництвом та спеціалістами
2.	Інформація про стан конкурентів та контрагентів з оприлюдненої фінансової звітності на сайтах, періодичних виданнях, бюлетенях	Звіти інших структурних підрозділів підприємства, пов'язаних з діяльністю фінансового відділу
3.	Інформація валютних, фондових, товарних бірж; показники кон'юнктури ринку (види цінних паперів та похідних фінансових інструментів, що обертаються на ринку; динаміка цін на ринку; попит та пропозиція на фінансові інструменти тощо)	Дані управлінського обліку: внутрішня управлінська звітність; плани діяльності підприємства; дані перевірок відділу внутрішнього аудиту (контролінгу); інформація про розроблену стратегію діяльності підприємства

Закінчення табл. 1

1	2	3
4.	Нормативно-правова інформація: законодавчі акти, що регламентують діяльність підприємства; нормативні показники діяльності підприємств; методичні рекомендації, що містять нормативні показники для фінансових коефіцієнтів	Інформація зовнішніх аудиторських перевірок: виявлені порушення у фінансовій звітності; усунені порушення; притягнуто винних до відповідальності; неефективне використання коштів підприємства тощо
5.	Статистична звітність: показники макроекономічного розвитку (рівень ВВП, рівень доходів населення; індекси інфляції); показники розвитку галузі (кількість конкурентів, індекс цін тощо)	Установчі документи, дані фінансового обліку та звітності підприємства
6.	Звіти контрольних органів щодо діяльності підприємства: виявлені порушення, винні у порушеннях, усунені порушення, інформація про сплачені штрафи тощо	

Джерело: узагальнено за [24–26]

Кадрове забезпечення туристичного підприємства представлено його працівниками та їх професійними компетенціями.

Організаційне забезпечення здійснення туристичної діяльності являє собою впорядковану сукупність його форм та видів. Досить важливим питанням при здійсненні туристичної діяльності є вибір організаційно-правової форми підприємництва.

Розглянувши організаційно-правові форми діяльності, можна назвати основні чинники, що визначають їх вибір (рис. 1).



1. Передбачувані масштаби діяльності.
2. Капіталомісткість обраного виду діяльності.
3. Прогнозовані темпи розвитку підприємства.
4. Особливості надання податкових чи інших пільг підприємствам окремих форм.
5. Державне регулювання мінімального статутного фонду підприємств окремих форм

1. Найвний (можливий) розмір стартового капіталу.
2. Індивідуальні здібності підприємця.
3. Рівень професіоналізму підприємця.
4. Ставлення підприємця до комерційних ризиків та особливості майнової відповідальності

Джерело: узагальнено за [27]

Рис. 1. Основні чинники, що визначають вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства

Множинність форм власності формує економічний базис для розвитку різноманітних форм підприємницької діяльності в сфері туризму. У структурі туристичного бізнесу в Україні переважають підприємства малі та середні, що ефективно впливає на можливості національної економіки держави [23]. Нами досліджено кількість та питому вагу туристичних підприємств Житомирської області різноманітних організаційно-правових форм (табл. 2).

Таблиця 2

Чисельність туристичних підприємств у Житомирській області залежно від організаційно-правової форми

№ з/п	Організаційно-правова форма туристичних підприємств	Кількість	Питома вага, %
1.	Товариство з обмеженою відповідальністю	9	24,324
2.	Приватне підприємство	10	27,027
3.	Фізичні особи-підприємці	13	35,135
4.	Дочірні підприємства	3	8,108
5.	Інші	2	5,405
6.	Всього	37	100

Джерело: узагальнено та складено за [28]

У Житомирській області діють 37 турагентів, найбільше в загальній чисельності туристичних підприємств фізичних осіб-підприємців – 13, наступні за чисельністю приватні підприємства – 10, товариств з обмеженою відповідальністю – 9, дочірніх підприємств – 3 та інших – 2.

Виходячи з наданої характеристики складових туризму, концептуальна модель туризму на підставі виокремлення зазначених вище підсистем наведена на рисунку 2.

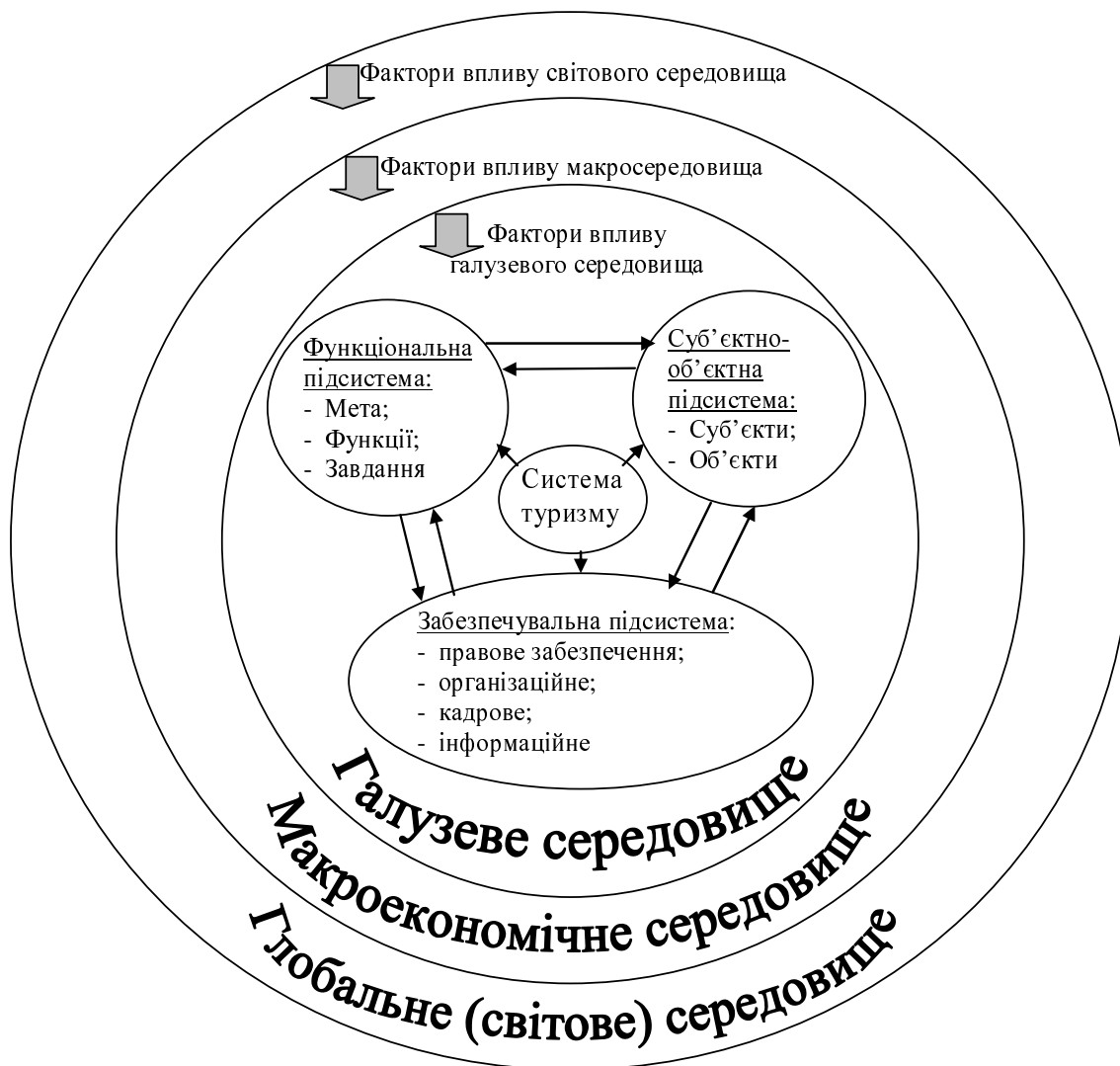


Рис. 2. Концептуальна модель системи туризму

На запропонованому рисунку 2 окремо виділено фактори впливу галузевого середовища, макросередовища та глобального (світового) середовища на систему туризму. Питання дослідження факторів вимагає детального розгляду з метою усунення їх негативних наслідків та врахування можливостей їх позитивного впливу при розробці стратегічних планів функціонування підприємств туристичної сфери.

Висновки. Багатоманітність інтересів суб'єктів, пов'язаних з туристичною діяльністю, визначає і неоднозначність дефініцій туризму в літературі. Під туризмом можна розуміти: вид мандрювання; тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання; маршрут переміщення; соціо-еколого-економічну систему; вид економічної діяльності; галузь світової економіки; форму міграції населення, непов'язану зі зміною місця проживання чи роботи. Різноманітність наукових підходів до трактування туризму обумовлює доцільність застосування системного підходу до його дослідження. Виходячи з наданої характеристики складових туризму, для побудови його концептуальної моделі доцільно вирізнити суб'єктно-об'єктну, функціональну та забезпечувальну підсистеми системи туризму. Запропонована модель сприятиме уточненню теоретичних основ туризму та розробці напрямів його розвитку в сучасних умовах України.

Список використаної літератури:

1. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2013 році». – К., 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
2. Азаров В.И. Экономика туристического рынка / В.И. Азаров, С.Ю. Туманов // Экономика туристического рынка. – М. : ИПК госслужбы, 1998.

3. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм / *М.Б. Биржаков.* – СПб. : Издательский дом «Герда», 2000. – 192 с.
4. *Буйленко В.Ф.* Туризм / *В.Ф. Буйленко.* – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 416 с.
5. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг (геопросторовий аспект) / *О.О. Любіцева.* – К. : Альтепрекс, 2002.
6. *Сокол Т.Г.* Основи туризмознавства : навч. посібник / *Т.Г. Сокол.* – К. : ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. – 76 с.
7. *Кифяк В.Ф.* Організація туризму : навч. посібник / *В.Ф. Кифяк.* – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 344 с.
8. *Чорненька Н.В.* Організація туристичної індустрії : навч. посібник / *Н.В. Чорненька.* – К. : Атіка, 2006.
9. Барометр Світового Туризму ЮНВТО (2014), «International tourism generates US\$ 1.4 trillion in export earnings» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://media.unwto.org/press-release/2014-05-13/international-tourism-generates-us-14-trillion-export-earnings> (Accessed 20, June 2014).
10. International tourism receipts (2014), «Growth in receipts equals growth in international arrivals in 2013» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom14_02_apr_excerpt_0.pdf.
11. *Балашова Р.І.* Розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств / *Р.І. Балашова* // Вісник ДІТБ. – 2008. – № 12. – С. 99–105.
12. *Шваб Л.І.* Міжнародні стандарти туристичних послуг / *Л.І. Шваб, М.М. Костриця.* – Житомир : ЖДТУ, 2007. – 196 с.
13. *Бойко М.Г.* Феномен туризму: передумови формування ціннісно-орієнтованих аспектів управління / *М.Г. Бойко* // Вісник ДІТБ. – 2009. – № 13. – С. 12–25.
14. *Білецька І.М.* Формування економічної моделі стратегічного управління туристичним підприємством : рукопис. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (підприємства туристично-рекреаційного комплексу) / *І.М. Білецька.* – Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, 2009.
15. *Кучеренко В.С.* Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою / *В.С. Кучеренко* // Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zavantag.com/docs/index-22506858.html?page=285>.
16. *Горбылева Э.М.* Экономика предприятий туризма / *Э.М. Горбылева.* – Минск : БГЭУ, 2011. – 295 с.
17. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про туризм"» від 15.01.2015 ; № 124-VIII, ВВР. – 2015. – № 14.
18. *Мацук В.М.* Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні / *В.М. Мацук* // Вісн. Маріупольського держ. ун-ту / Серія : Економічні науки. – 2011. – Вип. 1. – С. 43–48.
19. *Мальська М.П.* Основи туристичного бізнесу : навч. посібник / *М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух.* – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 272 с.
20. *Александрова А.Ю.* Международный туризм : учебник / *А.Ю. Александрова.* – М. : Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
21. *Костриця М.* Сільський туризм: теорія, методологія, практика : монографія / *М.Костриця.* – Житомир : ЖДТУ, 2006. – 196 с.
22. *Исмиева Р.Т.* Управление эффективностью функционирования организаций туристического бизнеса : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / *Р.Т. Исмиева.* – Махачкала, 2011.
23. *Алмашій Я.І.* Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці / *Я.І. Алмашій* // Вісн. Чернівецького торг.-екон. ін-ту. – 2012. – Вип. 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/almashij.htm.
24. *Бланк И.А.* Основы финансового менеджмента / *И.А. Бланк.* – К. : Ника-Центр, 1999. – Т. 1. – 592 с. – Т. 2. – 512 с.
25. *Ефремова И.Н.* Формирование стратегического управленческого учета и анализа затрат в сельскохозяйственных организациях : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.12 / *И.Н. Ефремова* // Орловский гос. техн. ун-т. – Орел, 2010.
26. *Залевский В.А.* Управленческая учетно-аналитическая система производственных затрат для целей стратегического менеджмента: теория и методология : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.12 / *В.А. Залевский.* – Орел, 2009. – 35 с.
27. *Кудла Н.Є.* Менеджмент туристичного підприємства : підручник / *Н.Є. Кудла.* – К. : Знання, 2012. – 343 с.

28. Офіційний сайт управління культури Житомирської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukt.zhitomir-region.gov.ua/>.

References:

1. «Turystychna dijəl'nist' v Ukraїni u 2013 roci» (2014), Kyev, available at: <http://ukrstat.gov.ua>
2. Azarov, V.I. and Tumanov, S.Yu. (1998), „Ekonomika turisticheskogo rynku”, *Ekonomika turisticheskogo rynku*, IPK gossluzhby, Moskva.
3. Birzhakov, M.B. (2000), *Vvedenie v turizm*, Izdatel'skiy dom «Gerda», Sankt-Peterburg, 192 p.
4. Buylenko, V.F. (2008), *Turizm*, Feniks, Rostov n/D, 416 p.
5. Ljubiceva, O.O. (2002), *Rynok turystychnyh poslug (geoprostorovyj aspekt)*, Al'tepreks, Kyev.
6. Sokol, T.G. (2006), *Osnovy turyzmoznavstva*, ZAT «Slov'jans'kyj dim», Kyev, 76 p.
7. Kyfjak, V.F. (2008), *Organizacija turyzmu*, Knygy-HHI, Chernivci, 344 p.
8. Chornen'ka, N.V. (2006), *Organizacija turystychnoi' industrii'*, Atika, Kyev.
9. „International tourism generates US\$ 1.4 trillion in export earnings” (2014), *Barometr Svitovogo Turyzmu JuNVTO*, available at: <http://media.unwto.org/press-release/2014-05-13/international-tourism-generates-us-14-trillion-export-earnings> (Accessed 20, June 2014)
10. «Growth in receipts equals growth in international arrivals in 2013» (2014), *International tourism receipts*, available at: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom14_02_apr_excerpt_0.pdf
11. Balashova, R.I. (2008), „Rozvytok metodiv ocinky efektyvnosti dijəl'nosti turystychnyh pidpryjemstv”, *Visnyk DITB*, № 12, pp. 99–105.
12. Shvab, L.I. and Kostrycja, M.M. (2007), *Mizhnarodni standarty turystychnyh poslug*, ZhDTU, Zhytomyr, 196 p.
13. Bojko, M.G. (2009), „Fenomen turyzmu: peredumovy formuvannja cinnisno-orijentovanyh aspektiv upravlinnja”, *Visnyk DITB*, № 13, pp. 12–25.
14. Bilec'ka, I.M. (2009), *Formuvannja ekonomichnoi' modeli strategichnogo upravlinnja turystychnym pidpryjemstvom: dissertation*, Ternopil's'kyj nacional'nyj ekonomichnyj universytet, Ternopil'.
15. Kucherenko, V.S. *Osoblyvosti ta suchasni tendencii' upravlinnja turystychnoju sferoju*, Instytut mizhnarodnyh vidnosyn Nacional'nogo aviacijnogo universytetu, available at: <http://zavantag.com/docs/index-22506858.html?page=28> 5
16. Gorbyleva, E.M. (2011), *Ekonomyka predpryjatyj turyzma*, BGEU, Mynsk, 295 p.
17. Zakon Ukraїny «Pro vnesennja zmin do Zakonu Ukraїny «Pro turyzm» vid 15.01.2015 : № 124-VIII, VVR (2015), № 14.
18. Macuk, V.M. (2011), „Suchasni tendencii' ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraїni”, *Visnyk Mariupol's'kogo derzhavnogo universytetu, Serija : Ekonomichni nauky*, Vyp. 1, pp. 43–48.
19. Mal's'ka, M.P., Hudo, V.V. and Cybuh, V.I. (2004), *Osnovy turystychnogo biznesu*, Centr navch. I-ry, Kyev, 272 p.
20. Aleksandrova, A.Ju. (2004), *Mezhdunarodnyj turyzm*, Aspekt Press, Moskva, 470 p.
21. Kostrycja, M. (2006), *Sil's'kyj turyzm: teorija, metodologija, praktyka*, ZhDTU, Zhytomyr, 196 p.
22. Ysmyeva, R.T. (2011), *Upravlenye efektyvnost'ju funkcyonirovanyja organizacij turystycheskogo byznesa: author's abstract*, Mahachkala.
23. Almashij, Ja.I. (2012), „Teoretyko-metodologichni zasady efektyvnoi' dijəl'nosti turyzmu v suchasnij rynkovij ekonomici”, *Visnyk Chernivec'kogo torgovel'no-ekonomichnogo instytutu*, Vyp. 2, available at: http://tourlib.net/statti_ukr/almashij.htm
24. Blank, Y.A. (1999), *Osnovy fynansovogo menezhmenta*, Nyka-Centr, Kyev, T. 1, 592 p., T. 2, 512 p.
25. Efremova, Y.N. (2010), *Formyrovanye strategicheskogo upravlencheskogo ucheta i analiza zatrat v sel'skohozjajstvennyh organizacijah: dissertation*, Orlovskij gos. tehnycheskij un-t, Orel.
26. Zalevskij, V.A. (2009), *Upravlencheskaja ucheto-analyticheskaja sistema proyzvodstvennyh zatrat dlja celej strategicheskogo menezhmenta: teorija i metodologija: dissertation*, Orel, 35 p.
27. Kudla, N.Je. (2012), *Menezhment turystychnogo pidpryjemstva*, Znannja, Kyev, 343 p.
28. „Oficijnyj sajт upravlinnja kul'tury Zhytomyrs'koi' oblasnoi' derzhavnoi' administracii'», available at: <http://ukt.zhitomir-region.gov.ua/>

САУХ Ірина Василівна – кандидат економічних наук, доцент, директор Житомирської філії Київського інституту бізнесу та технологій, докторант кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

– стратегічне управління;

– стратегічний аналіз;

– туризм.
E-mail: irina_saukh@ukr.net.
Тел. (050) 388-74-86.

Стаття надійшла до редакції 03.02.2016.