

## *Тема 1. Склад і структура народногосподарського комплексу.*

### *Питання:*

- 1. Поняття про народне господарство світу і країни.*
- 2. Характеристика народного господарства України за формами власності та рівнями підпорядкованості.*
- 3. Показники, що характеризують економічну структуру.*
- 4. Туристичне підприємство в економіці країни.*
- 5. Місія індустрії туризму в загальній структурі економіки країни.*
- 6. Мета та цілі індустрії туризму.*
- 7. Стратегія сталого розвитку туризму.*
- 8. Концепція «кругової економіки».*
- 9. Концепція зеленої економіки».*

Поняття « світова економіка » рівнозначно термінам « світове господарство » і « всесвітнє господарство ».

Економісти виділяють їх в одне і дають кілька визначень . Можна розглянути як в узагальненому , так і в приватному сенсі . За узагальненому визначенню світова економіка визначається як сума всіх національних економік світу, в приватному сенсі – це сукупність тих компонентів національних економік , які взаємодіють з зовнішнім світом. Однак відмінність між двома визначеннями стає все менш помітним , так як в будь-якій країні залишається все менше галузей і підгалузей , які б НЕ взаємодіяли з зовнішнім світом прямо або побічно .

Світове господарство – це складна система. Вся сукупність різноманітних національних економік ( або їх зовнішньоекономічних частин , якщо виходити з вузького визначення ) об'єднана рухом товарів , послуг і факторів виробництва ( економічних ресурсів ).

На цій основі між країнами зав'язуються міжнародні економічні відносини ( зовнішньоекономічні зв'язки ). Виникають господарські відносини між резидентами і нерезидентами (юридичними та

фізичними особами різних країн ). Їх можна згрупувати за формами.

Міжнародну ( світову ) торгівлю товарами і послугами зазвичай виділяють в окрему форму. Переміщення факторів виробництва ґрунтується на таких формах міжнародних економічних відносин , як міжнародне переміщення капіталу , міжнародна міграція робочої сили , міжнародна торгівля знаннями ( міжнародна передача технології ). При розгляді інших факторів виробництва , крім капіталу , праці , і знань ( технології ), можна сказати , що наприклад , природні ресурси немобільні і беруть участь у зовнішньоекономічних зв'язках майже завжди опосередковано , через міжнародну торгівлю виготовленої на їх основі продукції і т. д.

Іншими факторами виробництва є підприємницькі здібності ( підприємництво, підприємницький досвід ). Вони пересуваються в основному разом з капіталом , робочою силою і знаннями ( технологією ) і тому зазвичай НЕ фігурують як самостійна форма міжнародних економічних відносин . В особливу форму можна виділити міжнародні валютно розрахункові відносини . Вони хоча і є похідними від міжнародної торгівлі і руху факторів виробництва ( особливо капіталу ), але їм вдалося придбати досить велику самостійність в світовому господарстві .

### **Етапи розвитку сучасного світового господарства .**

#### **Тенденція розвитку світової економіки**

Світове господарство остаточно сформувалося близько ста років тому, хоча початок складатися дуже давно. А почалося все з міжнародної ( світової ) торгівлі, яка визначається як рух товарів і послуг між країнами. Ввезення з -за кордону іменується імпортом, а вивезення - експортом. Міжнародна ( світова ) торгівля – це сукупність зовнішньої торгівлі всіх країн світу, і має багаторічну історію. Населення першого в світі держави - Єгипту – ще близько 5 тис . років тому мало торгіву зв'язок з сусідніми племенами, купуючи у них деревину , метали , худобу в обмін на продукти єгипетського ремесла і землеробства. Єгиптяни також організовували експедиції для господарського освоєння нових земель.

До міжнародної торгівлі товарами стали приєднуватися торговці послугами.

Фінікійські і грецькі купці займалися торгівлею по всьому Середземномор'ю своїми і набутими в інших країнах товарами.

До того ж вони ще й чинили послуги, перевозячи чужі вантажі і іноземних пасажирів .

Район Середземномор'я і Чорного моря разом з прилеглими країнами Західної Азії є тією зоною світу, де ще в глибокій старовині зародилося ядро світового господарства . Потроху до нього стали приєднуватися інші господарські регіони світу – спочатку Південна Азія , потім Південно- Східна і Східна Азія , Україна , Америка, Австралія і Океанія . В останню чергу важкодоступні райони Тропічної Африки і Східної Азії .

Особливо діяльну поширення в нове час ринкові відносини ( спочатку в Західній Європі , а потім в інших регіонах світу), великі географічні відкриття XV- XVII ст ., Поява в XIX в. машинна індустрія і сучасні засоби транспорту і зв'язку зіграли велику роль в становленні світової торгівлі товарами і послугами.

Стрімко збагачувальні європейські купці нового часу часто разом з монархами своїх країн ( їх сила також зміцніла по порівнянні з часами середньовічної роздробленості ) намагалися пробитися до новим ринкам і новим джерелам капіталу .

Бажання золота, нових земель, заморських товарів викликало одне з найбільш их підприємств людства - хвилю експедицій з Європи на пошуки нових земель і торгових шляхів. Відкриття Колумба, Васко да Гама , Магеллана, Ермака розсунули межі світового ринку у багато разів, приєднавши до н його чималі нові регіони .

Господарські відносини з цими регіонами зміцніли після початку масового фабричного виробництва готових виробів в XIX в. спочатку в Західній Європі , а тільки потім в Північній Америці , України та Японії .

Більшої частиною це були доступні всім прості і дешеві споживчі товари ; вони проводилися НЕ тільки для внутрішнього , а й для зовнішнього ринку .

Їх реалізації сильно сприяли пароплави , залізні дороги, телеграф, що з'явилися в раніше недоступних куточках світу. У підсумку до кінця XIX в. склався

світової ( всесвітній ) ринок товарів і послуг,  
т. е. сукупність національних ринків товарів і послуг.

У той час на світовому ринку , як і зараз , переважали товари ,  
а також одночасно широко продаються і деякі види послуг  
- фрахтові , банківські , біржові .

Слід зазначити , що Україна на світовому ринку була перш всього  
експортером зерна і іншої сільськогосподарської продукції ,  
а також деревини в Західну Європу , постачальником виробів в сусідні країни ( в  
основному азіатські ), а також імпортером західноєвропейських  
готових виробів , матеріалів і напівфабрикатів .

У це ж час в світі збільшувалося рух майже всіх факторів  
виробництва - капіталу, робочої сили , підприємницьких здібностей , технології .

Іноземний підприємницький досвід і іноземна технологія активно проникали в  
Україну , нерідко в супроводі іноземного капіталу .

Потоки економічних ресурсів ( факторів виробництва ) спочатку йшли  
в одному напрямку - з невеликою групи найбільш розвинених країн в  
усі інші , найменш розвинені країни .

Британський , французький , бельгійський , голландська і німецька капітали  
були прикметною деталлю накопичення капіталу в Америці. Емігранти з Європи  
господарсько вивчили величезні простори Північної Америки, Південної Африки,  
Австралії та інших регіонів світу, а західні підприємці донесли в усі куточки світу  
епохальні досягнення західної науки ( електрику , двигун внутрішнього згоряння,  
механічні засоби пересування ).

Далі процес переміщення економічних ресурсів став більш комплексним .

Капітал , підприємницькі здібності і технологію почали НЕ  
тільки імпортувати , а й експортувати середньорозвинених  
країни ( включаючи Україну). Активну участь в експорті робочої сили стали  
приймати і слаборозвинені країни .

В результаті міжнародне рух факторів виробництва стає взаємним , але аж  
ніяк НЕ симетричним .

В результаті національні економіки виявилися складовою частиною НЕ тільки світового ринку товарів і послуг, але стали учасниками руху економічних ресурсів між країнами і регіонами .

В таких умовах доцільно говорити про більш широкому понятті світового ( всесвітнього ) господарства , яке охоплює рух товарів , послуг, а також факторів виробництва . Остаточне становлення світового господарства відбулося на рубежі XIX-XX ст .

### **Тенденції розвитку світової економіки на рубежі XX-XXI ст.**

В останньому десятилітті XX в. досить ясно виділився ряд тенденцій світового господарства , які і визначають розвиток економіки XXI ст. Суть цих тенденцій полягає в наступному :

- 1) формування глобальної мережі виробництва і збуту продукції і т. д.;
- 2) лібералізація світових господарських зв'язків ;
- 3) Постиндустриалізація економіки країн світового господарства ;
- 4) подолання розриву в рівні розвитку країн світу;
- 5) перегрупування країн світу і зміна співвідношення сил;
- 6) регіоналізм в світовій економіці, переважання

регіональної інтегрованої угруповання ;

- 7) інтеграція в світовому господарстві ;
- 8) зростання міжнародного обміну товарами і послугами;
- 9) посилення впливу діяльності всесвітньої торгової організації .

**Суб'єкти світового господарства . Критерії виділення : рівень економічного розвитку , соціальна структура економіки , тип економічного розвитку, рівень і характер зовнішньоекономічних зв'язків**

**Три групи країн : розвинені, що розвиваються і з перехідною економікою**

На підставі різноманітних критеріїв у світовому господарстві виділяється певна кількість підсистем . Найбільш великими підсистемами , або мегасистемами, є три групи національних економік :

- 1) промислово розвинені країни ;
- 2) країни перехідного періоду ;

3) країни, що розвиваються країни .

### **Група розвинених країн**

У групу розвинених ( промислово розвинених країн , індустріальних ) входять держави , що мають високий рівень соціально-економічного розвитку , переважне переважаюча ринкової економіки . ВВП на душу населення за ПКС становить НЕ менш 12 тис . доларів за ПКС.

У число розвинених країн і територій , по думку Міжнародного валютного фонду , входять США, все країни Західної Європи , Канада, Японія , Австралія і Нова Зеландія , Південна Корея, Сінгапур , Гонконг і Тайвань, Ізраїль . ООН приєднує до них Південно-Африканську Республіку . Організація економічного співробітництва і розвитку додає до їх числа Туреччину і Мексику, хоча це швидше за все розвиваються країни , але вони увійшли в це число по територіальному ознакою.

Таким чином, близько 30 країн і територій включають в число розвинених країн . Можливо , після офіційного приєднання до Європейського союзу Угорщини , Польщі , Чехії , Словенії , Кіпру і Естонії ці країни також будуть включені в число розвинених країн .

Існує думка , що в найближчому майбутньому в групу розвинених країн увійде і Україна . Але їй для цього необхідно пройти довгий шлях перетворення своєї економіки в ринкову , збільшити ВВП хоча б до дореформеного рівня .

Розвинені країни - це головна група країн в світовому господарстві . У цій групі країн виділяють » сімку » з найбільшим обсягом ВВП (США, Японія , Німеччина , Франція , Великобританія , Канада). Більш 44 % світового ВВП припадає на ці країни , в тому числі на США - 21, Японії - 7, Німеччину - 5 % . Більшість розвинених країн є членами інтеграційних об'єднань , з яких найбільш потужними є Європейський союз (ЄС) і Північноамериканська угода про вільну торгівлю (НАФТА).

### **Група країн, що розвиваються**

Група розвиваються країн ( менш розвинених , слаборозвинених ) - це сама численна група ( близько 140 держав , розташованих в Азії , Африці , Латинській

Америці і Океанії). Це держави з низьким рівнем економічного розвитку, але з ринковою економікою. Незважаючи на досить значне число цих країн, а для багатьох з них характерні велика чисельність населення і чимала територія, на них припадає всього лише 28 % світового ВВП.

Нерідко групу, що розвиваються країн називають третім світом, і вона неоднорідна. Основу розвиваються країн складають держави з порівняно сучасною структурою економіки (наприклад, деякі країни Азії, особливо Південно-Східної, і країни Латинської Америки), великим ВВП на душу населення, високим індексом людського розвитку. З них виділяють підгрупу нових індустріальних країн, які в останній час демонструють дуже високі темпи економічного зростання.

Вони змогли сильно скоротити своє відставання від розвинених країн. До сьогоденнішнім новим індустріальним країнам можна віднести: в Азії - Індонезію, Малайзію, Таїланд і інші, в Латинській Америці - Чилі й інші Південно - і Центральноамериканські країни.

В особливу підгрупу виділяють країни, які є експортерами нафти. Кістяк цієї групи складають 12 учасників Організації країн - експортерів нафти (ОПЕК).

Відсталість, відсутність багатих запасів корисних копалин, а в деяких країнах і виходу до моря, несприятлива внутрішньополітична та соціальна обстановка, військові дії і просто посушливий клімат визначають в останні десятиліття зростання числа країн, що відносяться до підгрупи найменш розвинених. В даний час їх 47, в тому числі 32 розташовані в Тропічній Африці, 10 - в Азії, 4 - в Океанії, 1 - в Латинській Америці (Гаїті). Головна проблема цих країн - НЕ стільки в відсталості і бідності, скільки в відсутності відчутних економічних ресурсів для їх подолання.

### **Група країн з перехідною економікою**

До цієї групи відносять держави, що здійснюють перехід від адміністративно-командної (соціалістичної) економіки до ринкової (тому їх часто називають постсоціалістичними). Такий перехід відбувається з 1980-1990-х рр.

Такими є 12 країн Центральної та Східної Європи, 15 країн колишніх радянських республік, а також Монголія, Китай

і В'єтнам ( дві останні країни формально продовжують будувати соціалізм ).

На країни з перехідною економікою доводиться близько 17-18 % світового ВВП, в тому числі на країни Центральної і Східної Європи (без Балтії ) - менш 2 %, колишні радянські республіки - більш 4 % (в тому числі на Україну - близько 3 %), Китай - близько 12 %. У цій самій молодій групі країн можна виділити підгрупи .

В одну підгрупу можна об'єднати колишні радянські республіки , які були об'єднані в Співдружність Незалежних Держав (СНД). Таким чином, таке об'єднання призводить до реформування економіки цих країн .

В іншу підгрупу можна об'єднати країни Центральної і Східної Європи , країни Балтії . Для цих країн властивий радикальний підхід до реформ, прагнення увійти в ЄС, щодо високий рівень розвитку більшості з них.

Але з -за сильного відставання від лідерів цієї підгрупи Албанії , Болгарії , Румунії і республік колишньої Югославії їх доцільно включати в першу підгрупу.

Китай і В'єтнам можна виділити в окрему підгрупу. Низький рівень соціально-економічного розвитку в даний час швидко підвищується .

З численної групи країн з адміністративно-командною економікою до кінця 1990-х рр. залишилися тільки дві країни: Північна Корея і Куба.

У структурі країн, що розвиваються 1960-80-і рр. ХХ ст. є періодом глобальних змін. З їх середовища виділяються так звані «нові індустріальні країни (НІК)». НІС на підставі певних ознак відрізняють з основної маси країн, що розвиваються. Особливості, що відрізняють «нові індустріальні країни» від країн, що розвиваються, дозволяють говорити про появу особливої «новоіндустріальної моделі» розвитку. Ці країни є своєрідними прикладами розвитку для багатьох держав як по відношенню до внутрішньої динаміки народного господарства, так і по відношенню до зовнішньоекономічної експансії. До НІК відносять чотири азіатські країни, так звані «малі дракони Азії» - Південну Корею, Тайвань, Сінгапур, Гонконг, а також НІС Латинської Америки - Аргентину, Бразилію, Мексику. Всі ці країни - це НІК першої хвилі або першого покоління.



Потім за ними йдуть НІК наступних поколінь:

- 1) Малайзія, Таїланд, Індія, Чилі – друге покоління;
- 2) Кіпр, Туніс, Туреччина, Індонезія - третє покоління;
- 3) Філіппіни, південні провінції Китаю - четверте покоління.

В результаті виникають зони новоіндустріальності, полюса економічного росту, що поширюють свій вплив насамперед на прилеглі регіони.

Організація Об'єднаних Націй виділяє критерії, за якими ті чи інші держави ставляться до НІК:

- 1) розмір ВВП на душу населення;
- 2) середньорічні темпи його приросту;
- 3) питома вага обробної промисловості у ВВП (він повинен бути більше 20%);
- 4) обсяг експорту промислових виробів і їх частка в загальному вивозі;
- 5) обсяг прямих інвестицій за кордоном.

За всіма цими показниками НІК не тільки виділяються на тлі інших країн, що розвиваються, а й часто перевершують подібні показники ряду промислово розвинених країн.

Значне підвищення добробуту населення визначає високі темпи зростання НІС. Низький рівень безробіття є одним з досягнень НІК Південно-Східної Азії. В середині 1990-х р чотири «малих дракона», а також Таїланд і Малайзія були країнам з найнижчим безробіттям у світі. У 1960-ті р таким шляхом пішли деякі країни Східної Азії і Латинської Америки - НІК.

Ці країни активно використовували зовнішні джерела економічного зростання. До них насамперед можна віднести вільне залучення іноземних капіталів, техніки і технології з промислово розвинених країн.

Основні причини виділення НІС з інших країн:

- 1) в силу ряду причин деякі НІК виявилися в сфері особливих політичних і економічних інтересів промислово розвинених країн;
- 2) на розвиток сучасної структури економіки НІК великий вплив зробили прямі інвестиції. Прямі інвестиції в економіку НІК займають 42% прямих капіталістичних вкладень в країни, що розвиваються. Основним інвестором є США, а потім Японія.

Японські інвестиції сприяли індустріалізації НІК та збільшення конкурентоспроможності їх експорту. Особливо помітну роль вони зіграли в метаморфозу НІС в великих експортерів продукції обробної промисловості. Для НІК Азії характерно те, що капітал спрямовувався переважно в обробну промисловість і сировинні галузі. У свою чергу капітал латиноамериканських НІК прямував в торгівлю, сферу послуг, обробну промисловість. Вільна експансія зарубіжного приватного капіталу призвела до того, що в НІС фактично немає жодної галузі економіки, де не було б іноземного капіталу. Прибутковість інвестицій в азіатські НІС помітно перевершує подібні можливості в латиноамериканських країнах;

3) «азіатські» дракони мали намір приймати ці зміни міжнародної економічної кон'юнктури і вживати їх в своїх цілях.

Значну роль в залученні транснаціональних корпорацій відіграли такі чинники:

1) зручне географічне положення НІК;

2) формування майже у всіх НІК автократичних або близьких до таких політичних режимів, лояльних до промислово розвиненим країнам. Іноземним інвесторам забезпечувалася висока ступінь гарантій безпеки їх інвестицій;

3) такі неекономічні чинники, як працьовитість, старанність, дисциплінованість населення НІК Азії відіграли значну роль.

Всі країни за рівнем економічного розвитку можна розподілити на три категорії. Особливо виділяють країни імпортери та експортери нафти.

До групи країн з високими доходами на душу населення, які характерні для промислово розвинених країн, входять Бруней, Катар, Кувейт, Емірати.

До групи країн із середніми показниками ВВП на душу населення об'єднують в основному країни-нафтоекспортерів і нові індустріальні країни (до них відносяться країни, частка обробної промисловості в ВВП яких становить не менше 20%)

Група нафтоекспортерів має підгрупу, що складається з 19 держав, експорт нафтопродуктів яких перевищує 50%.

У цих країнах спочатку була створена матеріальна основа, а тільки потім даний простір для розвитку капіталістичних виробничих відносин. У них сформувався так

званий рентний капітал.

В умовах економічних змін туристична індустрія стикається з багатьма проблемами. Ці проблеми визначаються невизначеністю ринкової ситуації, сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги, жорсткою конкуренцією в галузі, недостатністю фінансових ресурсів.

Як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі успішність розвитку туристичної індустрії визначається перш за все збалансованістю різних напрямків цього розвитку.

У цьому аспекті важко недооцінити величезну роль інфраструктури, яку для туристичної галузі мають комунікації, транспортні послуги, інженерні споруди, дороги, суміжні підприємства індустрії туризму, які забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів, їх належне використання в цілях туризму, а також забезпечення життєдіяльності підприємств індустрії туризму.

**Туристична інфраструктура** – це сукупність штучно створених рекреаційних закладів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани та ін.) та супутніх об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного інвестування (автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо).

Послуги інфраструктури відіграють роль, яка зв'язує різні сектори туристичної галузі, включаючи кінцевого споживача та початкове визначені процесом становлення індустріального, а згодом - постіндустріального суспільства, адже таке суспільство не може обходитись без них.

Інфраструктуру індустрії туризму не слід, однак, розглядати як окрему сферу економіки, як таку, що не має нічого спільного з іншими видами бізнесу. Незважаючи на те, що вона за деякими ознаками відрізняється від інших сфер бізнесу, не можна прийняти цю обставину як зручну причину для її відділення від управлінської практики і процедур, застосовуваних в інших сферах економіки.

Останнім часом були зроблені значні кроки у бік застосування теорії загального менеджменту в туристичній індустрії.

Розвиток у довгостроковій перспективі туристичної індустрії залежить від

здатності інфраструктури галузі відповідним чином адаптуватися до змін ринку. Націленість на організацію майбутнього стає необхідною складовою активного стратегічного мислення, завдання якого полягає в тому, щоб засвоїти сутність і принципи стратегічного управління та, здійснивши стратегічний вибір на основі аналізу середовища, послідовно втілити в життя стратегію розвитку інфраструктури туристичної індустрії.

За час свого існування туристична індустрія як галузь послуг пережила багато змін, як і галузі виробництва матеріальних благ.

Стратегічне управління, будучи необхідною складовою діяльності суб'єкта туристичної індустрії в сучасних умовах, базується на загальних концепціях і положеннях, що мають місце і в інших сферах економіки, хоча і відрізняється рядом особливостей у реалізації окремих стратегій.

Аналіз етапів становлення стратегічного управління показує, що протягом останнього століття були ускладнення зовнішнього середовища організації, прискорення темпів змін її параметрів і ріст невизначеності в часі. Ці фактори в сукупності ускладнили процес управління організаціями, особливо диверсифікованими (концернами і конгломератами).

Результатом таких процесів стала зміна розуміння суті інфраструктури туристичної індустрії, яка сьогодні виступає як структура сфери туризму в цілому, а отже управління нею можна розглядати з позицій стратегічного управління структурою організації з врахуванням відповідних особливостей.

Технологія ефективного управління в умовах підвищеної нестабільності і невизначеності факторів зовнішнього середовища стає особливо актуальною для інфраструктури туризму, яка відрізняється широкою диференціацією своїх сфер.

Стратегічне управління можна розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів. Ці процеси логічно витікають один з одного. Однак існує зворотний стійкий зв'язок і відповідно зворотний вплив кожного процесу на інші і на всю їх сукупність. У цьому полягає важлива особливість структури стратегічного управління.

При визначенні головної мети та довгострокових цілей слід виходити з балансу

інтересів різних соціальних інститутів та груп людей, які зацікавлені у функціонуванні структури і впливають на характер, зміст і спрямування її функціонування. Баланс інтересів визначає напрям руху, цільову орієнтацію.

Визначення *головної мети та цілей* складається з:

- 1) формування головної мети;
- 2) формування довгострокових цілей;
- 3) формування короткострокових цілей.

*Головна мета (місія) інфраструктури туризму* є визначеним основним соціально значимим функціональним призначенням в довгостроковому періоді.

Вона (*мета*) визначає місце, роль і положення інфраструктури в туристичній індустрії та суспільстві в цілому, її соціальний статус. Її можна розглядати як стратегічний інструмент, який визначає цільовий об'єкт (ринок), або як основну сутнісну характеристику інфраструктури.

**Мета (місія)** має і філософсько-етичний аспект, так би мовити об'єднуючий культурний елемент, який дозволяє функціонувати інфраструктурі як єдиному цілому. *Формулювання мети* має бути простим, достатньо коротким і ясным, відображати загальний характер потреб, які задовольняє інфраструктура, загальну характеристику споживачів, характер туристичного продукту.

Отже, *роль мети (місії)* полягає в тому, що вона пов'язує, орієнтує за спільним вектором інтереси тих суб'єктів, що є елементами самої інфраструктури, та тими, хто сприймає її ззовні.

*Мета (місія)* є осмисленими, цілеспрямованими діями суб'єктів, спонукає їх до кращого усвідомлення, бачення своїх дій, а також причин та наслідків цих дій.

Головна причина існування інфраструктури виникає як відображення цілей та інтересів різних груп суб'єктів, що певним чином мають відношення до туристичної інфраструктури і до процесу її функціонування. Такими групами є:

- власники підприємств-суб'єктів інфраструктури;
- співробітники підприємств-суб'єктів;
- споживачі туристичного продукту;
- місцеві територіальні громади;

- суспільство в цілому (громадські інститути, політичні, економічні сфери);
- держава як суб'єкт та об'єкт інфраструктури.

Сукупність інтересів цих суб'єктів необхідно враховувати при формулюванні мети, оскільки вони впливають на функціонування інфраструктури. Звичайно, існує певна питома вага впливу цих груп на мету. Основну масу впливу чинять споживачі та власники, тому мету необхідно визначати, виходячи насамперед з інтересів цих двох груп.

Котлер Ф. вважає, що *мету повинні визначати наступні фактори:*

- 1) історія, у процесі якої вироблялася філософія, профіль та стиль функціонування фірми;
- 2) існуючий стиль поведінки та спосіб дій власників і управлінського персоналу;
- 3) середовище, його стан, в якому існує фірма;
- 4) ресурси, які фірма може застосувати;
- 5) відмінні особливості фірми.

Ці п'ять факторів Ф.Котлер визначав для окремої фірми, але з огляду на спільність стратегічного управління фірмою та сукупністю фірм (чим власне і є інфраструктура), даний підхід можна застосувати і для визначення мети функціонування інфраструктури туристичної індустрії:

- 1) історичний розвиток інфраструктури, особливості на кожному етапі;
- 2) сучасний стан розвитку, принципи та методи його управління;
- 3) стан туристичного середовища;
- 4) ресурси;
- 5) особливості туристичної інфраструктури.

Правильно визначена мета (місія) має супроводжуватись більш детальним поясненням наступного характеру:

- цільові орієнтири розвитку, які відображають об'єкти спрямування зусиль в довгостроковій перспективі;
- сфера розвитку, яка залежить від різних факторів (географічних, ступеня розвитку окремої сфери, ринки, на яких реалізується туристичний продукт тощо);

– можливості і шляхи діяльності інфраструктури, які відображають сильні та слабкі її сторони в довгостроковій перспективі.

Мета (місія) не повинна містити конкретні приписи про те, що, як і коли треба робити. Вона задає вектор спрямування зусиль, взаємодією з внутрішніми і зовнішніми процесами. Важливо, щоб мета (місія) була визначена ясно, була зрозуміла всім суб'єктам, що взаємодіють з інфраструктурою.

Після того, як мета (місія) сформульована, необхідно визначити **довгострокові і короткострокові цілі**. Кожну ціль можна поділити на завдання, і таким чином ми отримаємо **«дерево цілей»**.

Цілі є вихідним пунктом планування діяльності, лежать в основі побудови організаційних відносин, на цілях базується система мотивації, цілі є точкою відліку в процесі контролю і оцінки результатів.

***Правильно сформульовані цілі мають відповідати вимогам:***

- 1) реальність, конкретність, досяжність;
- 2) вимогливість, орієнтація на високий результат;
- 3) наукова обґрунтованість, погодженість;
- 4) вимірюваність;
- 5) ясність, однозначність сприйняття;
- 6) гнучкість, прийнятність.

***Залежно від різних ознак цілі поділяються:***

- за часом: довго-, середньо-, короткострокові;
- за напрямками діяльності: економічні, соціальні, технічні, екологічні;
- за пріоритетами: основні, побічні, підтримуючі;
- за характером діяльності: функціональні, цілі розвитку
- за вимірюваністю: кількісні і якісні;
- за рівнем управління: загальні, цілі окремих підрозділів, груп;
- за впливом на елементи: виробничі, управлінські;
- за спрямованістю дій: внутрішні, зовнішні.

Для відображення цілей **будують «дерево цілей»** – зображення цілей у їхній ієрархії та взаємозв'язку.

***Цілі розвитку інфраструктури можна також поділити за сферами:***

- 1) цілі у сфері доходів фірм-суб'єктів інфраструктури;
- 2) цілі у сфері задоволення потреб споживачів;
- 3) цілі у сфері соціальної відповідальності (перед суспільством, державою, територіальними громадами, індивідом).

***Процес формування цілей містить три елементи:***

- 1) етапи визначення цілей;
- 2) способи визначення цілей;
- 3) форми прийняття рішень за цілями.

Встановлені цілі визначають напрями руху. Але тут постає проблема вибору шляхів, способів та засобів досягнення визначених цілей. Вірне рішення з вибору стратегії руху до цілі не менш важливе, ніж вибір самої цілі.

Визначивши мету та цілі, суб'єкт інфраструктури приходить до необхідності аналізу середовища функціонування.

***Розрізняють три складові середовища:***

- зовнішнє середовище;
- безпосереднє середовище;
- внутрішнє середовище.

Аналіз зовнішнього і безпосереднього середовища спрямований на вивчення можливостей досягнення результату при успішній діяльності, а також – на невдачі, що можуть статися при виникненні загроз із зовнішнього середовища.

***Зовнішнє середовище аналізує групу факторів***, які формують довгострокову перспективу і на які суб'єкт інфраструктури не може впливати або вплив є незначним.

Аналізуються:

- економічна сфера;
- правова сфера;
- політична сфера;
- соціальна сфера;
- технологічна сфера;
- географічна сфера.



*Аналіз економічної сфери* повинен проводитися комплексно, бути спрямованим на визначення ризиків, рівня конкуренції, ділової активності. До економічної сфери належать фактори, пов'язані з грошовим обігом, обігом товарів та інформації. Вивчення цих факторів визначає, як саме формуються і розподіляються ресурси. Аналіз економіки передбачає аналіз низки показників: величини ВВП, темпів інфляції, рівня безробіття, ставки процента, продуктивності праці, податків, платіжного балансу тощо. Для стратегічного управління при вивченні перерахованих факторів цікавим є не значення показників як таких, а те, які можливості для розвитку інфраструктури це дає, виявлення потенційних прихованих загроз у окремих економічних сферах.

*Правова сфера аналізується* як група наступних факторів: закони, підзаконні акти, інші нормативно-правові акти, що встановлюють правове поле відносин. У результаті аналізу визначаються допустимі межі діяльності у відносинах між суб'єктами права, а також методи відстоювання власних інтересів. Вивченням змісту нормативних актів не повинно закінчуватись вивчення правової сфери. Важливо проаналізувати правові традиції, адекватність правового поля ситуації, механізми правового поля тощо.

Увагу слід звернути на такий важливий аспект, як рівень громадського контролю та ступінь правового захисту та відповідальність суб'єктів за порушення правових норм.

*Аналіз політичної сфери* полягає у вивченні факторів, що впливають на політичні погляди та визначають рішення місцевих органів влади та уряду. До них можна віднести: стабільність уряду, державну концепцію розвитку економіки, вплив на гуманітарний, соціальний розвиток, рівень протекціонізму, міждержавні угоди, рівень корупції та економічної свободи тощо.

Тобто визначається баланс прагнень органів державної влади щодо розвитку суспільства та ресурсів, засобів методів, з допомогою яких досягатимуться визначені цілі. Головну увагу слід зосередити на програмах різних політичних структур, вивчити групи лобіювання в органах державної влади, ставлення уряду до окремих сфер економіки. При цьому аналізуються базові характеристики політичної системи:

ідеологічна спрямованість політики уряду, його стабільність, позиції опозиції, рейтинг уряду у суспільстві.

**Соціальна сфера аналізується** з позиції групи факторів, які визначають рівень життя людей. Вивчення соціальної сфери спрямоване на те, щоб з'ясувати вплив на розвиток інфраструктури соціальних явищ і процесів (системи цінностей, якість життя, відношення до праці, традиції, демографічна структура, рівень освіти тощо). Соціальна сфера має свої особливості;

- вплив як на інші сфери зовнішнього середовища, так і на внутрішнє середовище;
- відносна стабільність, але її зміна призводить до серйозних кардинальних змін у середовищі в цілому.

Саме тому ця сфера потребує вдумливого аналізу з боку суб'єктів інфраструктури. Крім того, соціальні процеси значною мірою формують споживчі потреби та переваги, які в свою чергу визначають діяльність туристичної індустрії.

**Технологічна сфера аналізується** з огляду на фактори, що пов'язані з розвитком техніки і технологій. Проте існує ризик не помітити або помітити несвоєчасно новинку і, як результат, виявитися далеко позаду конкурентів.

Винайдення нових технологій, матеріалів, інформації, особливо засобів комунікації, – все це є однією з груп факторів, яка найбільшим чином впливає на розвиток інфраструктури туристичної індустрії.

Наприклад, сьогодні працівники туристичних організацій розуміють, що вони повинні бути представлені в Internet. Це пояснюється зростаючою роллю Інтернету в туристичному бізнесі.

Аналіз технологічної сфери пов'язаний не лише з виявленням та впровадженням нових технологій, але й з визначенням моменту, коли слід вивести існуючу технологію або продукт.

Нарешті, **географічна сфера аналізується** з позиції групи факторів, які пов'язані з розташуванням, кліматом, природними ресурсами, рельєфом тощо. Туристичний комплекс, як ніяка інша сфера економіки, тісно пов'язаний з цією групою (зокрема його рекреаційна компонента), а отже потребує адекватного її

аналізу. Географічні фактори відіграють чи не найважливішу роль у виборі територіально-географічного напрямку розвитку інфраструктури туризму.

Проте аналіз географічної сфери має особливість: дана сфера майже абсолютно стабільна, тобто не піддається змінам і впливу інших сфер, а отже і аналізувати її значно легше за інші. Головну увагу при аналізі тут необхідно зосередити на інфраструктурному забезпеченні географічної сфери: рівень розвитку комунікацій, готельне господарство, рекреаційний комплекс, підприємства, що забезпечують вільний доступ туриста до туристичного ресурсу.

***Аналіз безпосереднього середовища*** відбувається за такими елементами:

- споживачі;
- постачальники;
- конкуренти.

Вивчення безпосереднього середовища спрямовано на аналіз перелічених елементів, оскільки саме з ними суб'єкт інфраструктури знаходиться у безпосередній взаємодії і здатний на них впливати (на відміну від зовнішнього середовища) шляхом встановлення ефективних комунікацій.

***Споживачі аналізуються*** перш за все з позиції визначення їх сутнісних характеристик, які несуть інформацію про них саме як про споживачів:

- географічне розташування;
- демографічні характеристики;
- соціально-психологічні характеристики;
- ставлення до туристичного продукту.

Визначення за такими характеристиками споживачів впливає на формування цілей розвитку, дозволяє визначити акценти уваги в структурі туристичного продукту тощо.

Але в основі аналізу споживачів лежить всебічне вивчення попиту, який вони представляють. ***Аналіз попиту відбувається за низкою факторів:***

- кількість споживачів;
- характер попиту;
- цінова еластичність попиту;

- нецінова еластичність попиту;
- рівень доходів споживачів;
- мотивація споживачів;
- характер споживання;
- оцінка елементів інфраструктури;
- рівень інформованості споживача тощо.

Споживачі відіграють подвійну роль у впливі на інфраструктуру, з одного боку, вони визначають необхідність існування останньої, з іншого – формують її параметри. При цьому виникає дилема «ціна-якість». Тому суб'єктам інфраструктури слід зосередити увагу на балансі інтересів шляхом їх оптимального поєднання.

*Аналіз постачальників* спрямований на вияв параметрів, які формують ефективність розвитку інфраструктури, її якість та вартість. Процес постачання слід розбити на *три етапи*:

- визначення потреб у ресурсах (як за якістю, так і за кількістю та способом задоволення);
- вибір конкретного постачальника та конкретного способу задоволення потреби;
- проведення закупок.

Особливістю процесу є необхідність розрізняти постачальників за видами ресурсів (фінансові, матеріальні, трудові). Крім цього, слід звернути увагу на той факт, що постачальники можуть поставити організацію в залежність від себе. Тому при виборі постачальників слід всебічно їх проаналізувати, щоб зменшити негативні сторони їхнього впливу та максимізувати ефективність взаємодії. *Аналіз постачальників* проводиться за наступними *критеріями*:

- якість ресурсу, що постачається;
- ціна;
- умови та способи поставки;
- види ресурсу;
- умови споживання ресурсу;
- сумісність ресурсу з технікою і технологією організації;

- сервісне обслуговування;
- дотримання умов контракту постачальником.

Також аналізуються процеси, пов'язані зі зміною постачальника, зміною ресурсу, що постачається, тенденціями ринку постачальників. Тобто вивчаються ризики, можливості їхнього усунення або зменшення.

Вивчення конкурентів займає важливе місце у стратегії управління туристичною інфраструктурою. Конкуренція є одним з головних чинників її розвитку. Конкуренцію можна розглядати диференційовано:

- 1) з позицій даної сфери у структурі національної економіки в цілому;
- 2) з позицій конкурентного середовища в середині сфери:

- конкуренція між організаціями;
- конкуренція з боку споживачів;
- конкуренція з боку постачальників;
- конкуренція з боку інших сфер економіки;
- конкуренція з боку товарів-замінників.

Параметри факторів виступають матеріальними і нематеріальними умовами, які потрібні для формування конкурентної переваги. Це є: трудові ресурси, природні ресурси, комунікації.

Стратегії організацій є сукупністю стратегій організацій-конкурентів та організацій, що потенційно можуть увійти в дану сферу економіки.

Параметри попиту характеризують відношення споживачів до продукту.

***Споріднені та підтримуючі галузі є споживачами і/або постачальниками*** даної сфери, що особливо важливо у сфері інфраструктури туризму. До них можна віднести:

- легка і харчова промисловість;
- транспортне машинобудування;
- медицина, охорона здоров'я;
- сфера культури;
- сфера освіти.

У цю модель вводять ще два елементи:

- випадок (винаходи, різкі зміни кон'юнктури, форс-мажорні обставини);
- уряд (вплив на грошово-кредитну, бюджетну, податкову політику, державні замовлення).

Розглядаючи другий аспект аналізу конкурентів (тобто з позицій конкурентного середовища в середині сфери), також використаємо *підхід Майкла Портера, його модель п'яти конкурентних сил*.



**Рис. 1. Матриця конкурентних сил (М.Портер).**

Найінтенсивніше процес конкуренції проявляється в результаті діяльності організацій – суб'єктів інфраструктури – в середині даної сфери, тобто внутрішня конкуренція. Боротьба йде за різними *параметрами*:

- за досягненням певної долі ринку;
- за завоювання власної ніші;
- нецінова конкуренція (престиж тощо).

У ряді випадків виникає ситуація, коли продукт, який пропонує дана організація, має схожі функціональні характеристики з продуктом іншої організації з цієї або іншої сфери. Мова йде про товари-замінники (наприклад, переключення з використання авіарейсів на морський транспорт).

Конкуренція з боку організацій з інших сфер проявляється тоді, коли є ймовірність входу цих організацій в дану сферу. Ця загроза залежить від вхідних бар'єрів сфери (ефект масштабу, існуючі споживчі переваги, державне регулювання).

Конкурентна сила постачальників визначається можливістю і вартістю переключення з одного постачальника на іншого і виражається сукупністю характеристик постачальника, які були розглянуті вище.

Конкурентна сила споживачів визначається попитом, який вони формують.

**Аналіз внутрішнього середовища** дає можливість віднайти ті резерви, потенціал, на який може розраховувати організація в конкурентній боротьбі для досягнення своїх цілей.

**Внутрішнє середовище аналізується** за такими параметрами:

- загальна характеристика;
- маркетинг;
- організаційна структура, управління;
- виробництво (в тому числі наукові дослідження та післяпродажний сервіс);
- трудові ресурси;
- фінанси;
- організаційна культура.

**Загальні характеристики:**

- форма власності;
- профіль;
- фаза життєвого циклу підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства;
- імідж.

**Маркетинг:**

- стратегія продукту (ціноутворення, просування, збут тощо);
- сегмент ринку;
- рівень продаж;
- рівень розвитку marketing-mix;
- рівень прихильності споживачів до продукту;
- якість і конкурентоспроможність продукту;
- витрати маркетингу.

**Організаційна структура, управління:**

- організаційна структура;

- розподіл обов'язків;
- підприємницька орієнтація ведення бізнесу;
- використання стратегічного управління;
- комунікаційні процеси;
- технологія управління;
- контроль;
- неформальна структура управління.

***Виробництво:***

- виробництво продукту;
- постачання;
- обслуговування технічного парку;
- можливості технічних і технологічних змін (гнучкість виробництва);
- рівень патентного захисту;
- якість виробництва;
- ефективність і витрати виробництва;
- інвестиції та наукові дослідження;
- банк ідей;
- кадровий потенціал наукових досліджень.

***Трудові ресурси:***

- кваліфікаційний рівень персоналу;
- взаємодія менеджерів і робітників;
- залучення, професійна підготовка кадрів, підвищення кваліфікації;
- система оплати праці, стимулювання (в тому числі нематеріальне).

***Фінанси:***

- інвестиційні можливості;
- підтримка ліквідності і прибутковості;
- рівень заборгованості;
- реінвестування;
- джерела фінансування.



- організаційна культура;
- мікроклімат у колективі;
- стиль керівництва;
- система комунікацій;
- спільні цінності.

**Вивчення внутрішнього середовища** спрямоване на виявлення й аналіз сильних і слабких сторін організації. Сильні сторони є базою конкурентних переваг суб'єкта інфраструктури, слабкі – всебічно вивчаються для подальшої їхньої ліквідації.

Результатом таких досліджень є формування стратегії розвитку. Тут постає питання її вибору, враховуючи при цьому специфіку інфраструктури туристичної індустрії.

Пропонується дві найбільш досконалих та часто вживаних **класифікації стратегічного вибору**:

- 1) за характером виду економічної діяльності та макросередовища;
- 2) за характером виробництва і реалізації стратегічних переваг.

Згідно з **першою ознакою класифікації** (за характером виду економічної діяльності та макросередовища), існують **такі основні види альтернатив стратегічного вибору**, які є у розпорядженні підприємства:

- обмежене зростання;
- зростання.

**Обмежене зростання.** Підприємство, що дотримується даної стратегії, встановлює цілі від досягнутого, скориговані залежно від ситуації, що склалася. Така стратегія притаманна для організацій, що діють в умовах визначеної, зрілої, добре розробленої інфраструктури з незмінними, сталими технологіями. При цьому підприємство в цілому задоволене своїм становищем, ринковою часткою, попитом на продукцію та ін. Ця стратегія найбільш зручна та доступна у використанні, майже гарантує від зайвого підприємницького ризику і не потребує додаткових інвестицій.

**Зростання.** Характерне значне щорічне зростання рівня коротко- та довгострокових цілей (планових завдань) над рівнями показників минулого (звітного)

року. Застосовується в умовах низького рівня розвитку інфраструктури, що відзначаються значним потенціалом до зростання та швидкими змінами у технології, з постійними технологічними нововведеннями.

*Друга класифікаційна ознака* (за характером виробництва й реалізація стратегічних переваг) передбачає вибір сфери конкуренції і зводиться до наступного: конкурувати по «широкій лінії» чи зосередитись на конкретному сегменті ринку.

Оскільки рівень розвитку інфраструктури різний (залежно від ряду ознак), то відповідно існують декілька шляхів використання ділової активності у шести класичних типах конкуруючих ситуацій:

I. Конкуруючі стратегії для лідерів і фірм-домінантів.

II Для фірм, що рвуться уперед (челенджерів).

III. Для фірм, що терплять занепад (аутсайдерів).

IV. Змагання у новій, молодій галузі промисловості (стратегії початківців).

V. Змагання під час переходу до добре розвиненої інфраструктури (стратегії «давніх знайомих»).

VI. Змагання на глобальних ринках (стратегії «слонів» і «гіпопотамів»).

***Стратегічний вибір здійснюється згідно з визначеними цілями та аналізом середовища. Стратегія характеризується такими загальними рисами:***

1. Процес розробки стратегії не завершується негайними конкретними діями, а дає загальний напрям, здійснення якого забезпечує ріст і зміцнення позицій підприємства.

2. Стратегія використовується для розробки стратегічних проектів методом пошуку. Стратегія дозволяє зосередитись на певних діях і можливостях підприємства та відкинути інші можливості, які несумісні з обраною стратегією.

3. Стратегія має певний життєвий цикл і необхідність у ній відпадає, коли підприємство вийде на бажані позиції; після цього обирається нова стратегія,

4. Правильність вибору стратегії перевіряється на практиці, тому необхідний зворотний зв'язок між стратегією і здобутими результатами.

5. Стратегія ґрунтується на орієнтирах – меті, яку повинно досягти підприємство. Стратегія – засіб досягнення мети.

6. Стратегія і орієнтири завжди взаємопов'язані. Стратегія не приносить безпосередньої користі і її розробка дорого обходиться, але дає можливість вести експансивну політику в конкурентній боротьбі.

У процесі її формулювання підприємства туристичної інфраструктури повинні здійснювати переорієнтацію на маркетинг, велика увага повинна приділятися вивченню конкурентів; динамічність зовнішнього середовища потребує пріоритетного його вивчення. Нестабільність і ризик змушують керівників розробити стратегію розвитку підприємства, одночасно диктується потреба трансформації організаційної структури підприємства залежно від змін зовнішнього оточення.

Таким чином, обраний портфель стратегічних альтернатив включає, в себе не лише формулювання стратегій, а й шляхи їх досягнення, необхідні ресурси, оцінку ризиків тощо.

**Реалізація стратегічного управління** вимагає постійного контролю ще від його початку. Інфраструктура туристичної індустрії за своєю специфікою є сферою діяльності, в якій такий підхід є життєво необхідний та обов'язковий.

У світлі сучасних тенденцій до глобалізації економіки та переходу на концепції стратегічного управління висвітлений підхід до формування стратегічного управління розвитком туристичної інфраструктури як визначального напрямку розвитку туристичної індустрії є необхідним та економічно ефективним для всіх суб'єктів інфраструктури, зокрема в Україні. Використання його як базового неодмінно призведе до пожвавлення економічної активності в сфері туризму та виведе Україну на чільне місце у структурі туризму світового співтовариства.

Опосередкований вклад туризму в економіку майже дорівнює безпосередньому. Туристичний бізнес стимулює розвиток таких галузей господарства, як будівництво, транспорт, торгівля, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо. За шкалою споживання турпродукт посідає третє місце після харчування та житла. Дотепер в системі наукових досліджень проблем розвитку інфраструктури туризму - економічним та соціокультурним аспектам - не приділялося належної уваги. Низький рівень використання потужного туристського потенціалу України пояснюється не лише

недоліками державної політики, а й недостатньою теоретичною обґрунтованістю соціально-економічної стратегії його освоєння як на національному, так і на регіональному рівнях.

При розробці проблеми формування оптимальної туристської інфраструктури слід виходити з визнання того, що ринкова інфраструктура призначена для регулювання взаємодії елементів ринкової системи, оптимізації руху товарно-грошових потоків і забезпечення розвитку ринкових взаємовідносин, а вплив на виробництво через інфраструктуру є найбільш ефективним засобом регулювання економіки.

Інфраструктуру туризму можна розглядати як комплекс видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристських послуг. Слушним є і розуміння туристичної інфраструктури як сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів. Якщо в першому випадку акцент ставився на діяльнісному, динамічному аспекті, то в другому випадку наголошується на матеріально-технічному, статичному прояві туристичної інфраструктури. Близьким за змістом є і понятійна конструкція «туристична індустрія», яку слід тлумачити як сукупність суб'єктів туристичної діяльності, підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів.

Туристична інфраструктура сприяє виробництву туристичного продукту – попередньо розробленому комплексу туристичних послуг, який поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням, наприклад, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо. В нормативно-правових актах використовується також поняття «туристичні ресурси України», яке тлумачиться як «пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності».

Під інфраструктурою туристичного бізнесу розуміють також сукупність

організаційних структур і нормативно оформлених процедур, що забезпечують функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності і регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та зовнішнім (соціальним і природним) середовищем.

Структуру туристичної ринкової інфраструктури можна представити у вигляді **трьох складових: інституційної, інформаційної, регламентуючої.**

**Інституційну складову** становлять:

- загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди тощо);
- спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо).

**Інформаційна складова** містить такі елементи, як:

- розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації);
- інформаційний та рекламний бізнес;
- інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективне використання туристичного потенціалу регіону).

**Регламентуюча складова** туристичної інфраструктури містить:

- нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства.

Правова регламентація розвитку туристичної інфраструктури здійснюється:

- **на державному рівні** - Верховною Радою, Кабінетом Міністрів, Міністерством економіки,
- **на регіональному рівні** - місцевими органами влади та самоврядування.

**Туристичний комплекс** є складною системою, що складається з зовнішнього і внутрішнього середовища. Макросередовище туризму розглядають із позиції PEST аналізу (політичні, економічні, соціально-демографічні, технологічні фактори), однак для туризму важливе значення має природно-географічний фактор, тому він виділений окремо. Складені елементи туристичного комплексу України, згідно класифікатора галузей народного господарства, відносяться до різних галузей. У

зв'язку з цим існує об'єктивна необхідність вивчення й аналізу туристичного комплексу як соціально-економічної системи, на яку буде спрямовано керуючий вплив.

Туристична інфраструктура обумовлена туристським споживанням. Туристське споживання у вартісному вимірі складається з сукупності туристських витрат. А *основними туристськими витратами* є:

- комплексні тури (пакет послуг);
- послуги розміщення (короткотермінового проживання);
- харчування та напої;
- послуги пасажирського транспорту, екскурсійне обслуговування;
- послуги перекладача;
- організаційні послуги туроператора, туристичного агента;
- рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи;
- придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідання магазинів;
- страхування;
- інші (у т.ч. фінансові послуги, оренда транспортних засобів тощо).

**Туристські витрати** – споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійсненні ним перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідання. Саме сприяння задоволенню туристських потреб та можливості здійснити необхідні споживчі витрати туристом і повинно стати головною метою розвитку туристичної інфраструктури. Треба відзначити, що туризм безпосередньо або опосередковано, через туристське споживання, здійснює стимулюючий вплив на розвиток таких видів економічної діяльності, як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, фінансове посередництво, діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо; стимулює поживлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць. Туристське споживання активно підтримує існування та розвиток народних ремесел, національної культурної спадщини.

Туристична інфраструктура охоплює:

- туристичні ресурси – сукупність природних, історичних, культурних, соціально-економічних та інших ресурсів відповідної території, які задовольняють різні потреби туриста;

- суб'єктів туристичної діяльності – суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством тієї чи іншої країни порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності; такий суб'єкт туристичної діяльності як туроператор безпосередньо та регулярно здійснюють діяльність щодо створення турпродукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг.

- туристичну індустрію – сукупність суб'єктів туристичної діяльності, організаційні структури підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів;

- туристичні послуги – послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів;

- туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною. Сюди входять:

- а) послуги перевезення;
- б) послуги проживання;
- в) інші туристичні послуги, не пов'язані із перевезенням і проживанням.

Туристична інфраструктура виконує функції забезпечення функціонування та взаємодії суб'єктів туристичної сфери та регулювання матеріальних, фінансових та інформаційних потоків.

Треба визначити, що туристична інфраструктура обумовлена перш за все тим специфічним комплексом потреб людини, який задовольняється туризмом і який має достатню мотиваційну силу, щоб спонукати сотні мільйонів людей у світі до

туристичних подорожей.

У туристичній життєдіяльності людина реалізує різноманітні потреби: рекреаційні та емоційно-чуттєві (у задоволенні від краси природи, історичних і культурних пам'яток, а також емоційно орієнтованому спілкуванні з іншими індивідами як всередині туристичного середовища, так і з представниками місцевого населення), пізнавальні (у більш глибокому, аніж за звичайних умов, пізнанні та осягненні іншого «життєвого світу») та потреби у самореалізації.

Потреби людини, що подорожує, треба розглядати в контексті суспільних потреб. Туристи є, як правило, найбільш динамічною частиною суспільства, і тому можна зі значною мірою вірогідності стверджувати, що вони мають найрозвиненіші суспільні потреби. Більше того, туристична діяльність сприяє не тільки задоволенню, але й розвитку потреб як її суб'єктів, так і суспільства в цілому, причому ці потреби спрямовані переважно у суспільно корисному напрямку.

Туристична діяльність пов'язана з усіма сферами життєдіяльності суспільства, а найтісніше - з матеріальною та духовною, які є власне сферами побутування туризму та його інфраструктури і тісно пов'язані з самою його сутністю та природою. Соціально-економічна та політична сфери життєдіяльності суспільства також пов'язані з туризмом, хоча ставлення його суб'єктів до них дещо інше, оскільки на час подорожі вони тимчасово вилучаються з повсякденних, звичних соціальних і політичних відносин і занурюються у позитивні відносини доброзичливості та солідарності на противагу рутині звичайного повсякдення.

Виокремлюються три основні стадії або етапи комунікативного процесу в туризмі. По-перше, - комунікація туриста у власному найближчому соціальному оточенні (сім'я, друзі) з приводу своєї майбутньої подорожі ще до початку її здійснення. По-друге, - комунікація з навколишнім природним і соціокультурним середовищем під час самої туристичної мандрівки. Саме тут відбувається безпосередня комунікація між представниками різних народів, соціумів, культур. По-третє, - комунікація туриста у власному первинному соціальному середовищі після повернення з подорожі.

Міжнародним співтовариством цей процес найвірогідніше сприймається як



формування, функціонування та розвиток певної інфраструктури, яка, з одного боку, забезпечує постійний безпосередній контакт соціокультурних систем різних народів, а з іншого боку, в цій взаємодії поступово формується єдиний глобальний соціокультурний простір при збереженні самобутності національних культур.

Результат такої комунікації не зникає безслідно, а зберігається у соціокультурній пам'яті суб'єктів і є відправною точкою наступного вдосконалення вітчизняної туристичної інфраструктури. Внаслідок цього зміст і основні ідеї іншої культури та способу життя певною мірою стають «своїми», «привласнюються». Отже, хоча у туристичній комунікації бере участь лише певна частина членів того чи іншого соціуму, проте крос-культурна комунікація між соціумами та народами аж ніяк не вичерпується результатами спілкування безпосередніх учасників туристичної подорожі, а розповсюджується на обидва соціуми або переважну їх частину.

Основою інфраструктури туризму є готельне господарство, що матеріально забезпечує функціональну гостинність. За умов ринкових відносин надання туристських послуг потребує уніфікації і стандартизації послуг, а також, оскільки мотивом туристських подорожей є прагнення до знайомства і безпосереднього контакту з унікальною, самобутньою культурою певного народу, воно має бути неповторним і самобутнім. Стандартизуватися повинні лише рівні комфортності, ті сторони та властивості послуг, що мають вартісний характер і, отже, можуть бути оцінені за певним грошовим еквівалентом. Всі інші сторони та складові обслуговування мають бути унікальними, етнічно, регіонально самобутніми, тобто їх стандартизація є небажаною, але останніми роками в практиці готельних підприємств України склалося снобістське тяжіння до «вестернізації» туристських послуг.

Отже, *туристична інфраструктура* – це сукупність соціальних інститутів, організаційних структур та нормативно оформлених процедур, а також стан соціально-політичного клімату і суспільної свідомості в країні, що забезпечують безпечне функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності, регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та навколишнім (соціальним і природним) середовищем, і використовуються для задоволення потреб туристів.

Інфраструктуру слід розглядати як таку, що зрощується з основними її елементами формуючи сферу її впливу, котрі входячи у технологічний процес та обслуговуючи його, стають органічною частиною цілої системи.

Таким чином, інфраструктура у загальному розумінні задовольняє умови, виходячи із *принципів її формування*:

1. *Принцип стійкості інфраструктури*. Володіючи характеристиками системного утворення із власною взаємопов'язаною структурою реагуючи на вплив зовнішніх умов, інфраструктуру із притаманними їй чітко встановленими просторовими та часовими обмеженнями, котрі у розрізі взаємозалежності не мають можливостей суттєво змінюватись, слід розглядати як стійку систему із внутрішніми взаємозв'язками, котрі відіграють чи не найважливішу роль у відтворювальному процесі на національному, регіональному та міжнародному рівні. Суттєвим недоліком у даному випадку є часто неможливість проведення прогресивних просторових перетворень, тому що докорінна реконструкція інфраструктури призведе до колосальних витрат. Хоча дане поняття слід розглядати як сталу величину, слід не забувати про безперервні її зміни, поліпшення, збільшення, структурною перебудовою із новими складовими, адаптацію існуючих об'єктів інфраструктур під задоволення інших цілей з метою пристосування до змінних умов ринкових відносин. Так поява первинної інфраструктури була зумовлена зростанням виробництва на зміну котрій прийшла нова ера інформатизації, що витіснила одні інфраструктурні елементи та здійснила заміну іншими. Незважаючи на зміну умов здійснення народногосподарської діяльності, нерівномірність розвитку інфраструктури залишається актуальною адже її розміщення безперечно тяжіє до центрів, котрі в минулому були промисловими гігантами.

2. *Принцип цілісності інфраструктури* виходить із твердження, що під інфраструктурою розглядається сукупність елементів продуктивних сил у вигляді галузей, виробництв і видів діяльності, які надають цілісного характеру як усій національній економіці, так і окремим сферам та комплексам, функціональне призначення яких полягає у: створенні загальних умов, що забезпечують ефективне функціонування основного виробництва; забезпеченні відтворення робочої сили.

3. **Принцип функціональної необхідності.** Наявність інфраструктури є безумовною необхідністю забезпечення здійснення будь-якого соціально-економічного процесу.

4. **Принцип взаємодоповнення.** Впродовж історії розвитку світового господарства чітко простежується закономірність, що з появою одного інфраструктурного елементу виникає необхідність, котра чітко витікає із економічної доцільності, створення іншого. Комплексне використання складових інфраструктури забезпечує синергічний ефект та сприяє розвитку не лише туризму, а й інших галузей народного господарства.

Зважаючи на швидкість трансформаційних змін у соціально-економічних процесах, туристичну інфраструктуру слід розділити на **три рівні** за відповідальністю щодо її формування, котрі характеризували б рівні вагомості її розвитку на сферу туризму:

1. **Інфраструктура макрорівня** – це інфраструктура, котра забезпечує ефективність функціонування усіх сфер діяльності населення. Її слід розглядати у розрізі ефективності функціонування країни – це енерго- та водопостачання; інституційна (правоохоронні органи, державні органи влади та управління); інноваційна; система сільськогосподарської інфраструктури (зерносховища, кормосховища); виробнича інфраструктура; військова (військові споруди які з певних причин становлять інтерес для розвитку сфери туризму, або залучаються у процесі надання туристичних послуг); екологічна інфраструктура. Її формування залежить від економічних, демографічних, соціокультурних, природних, науково-технічних та політико-правових чинників на загальнодержавному та міжнародному рівнях.

2. **Інфраструктура мезорівня** – це об'єкти, що здійснюють безпосереднє щоденне обслуговування не лише туристичної сфери, а й потреб населення. До них можна віднести - комунальні та медичні служби, служби захисту прав людини, торгівля, банки та фінансові установи (система грошово-кредитного обігу та фінансові установи широкого профілю та вузької спеціалізації), страхові компанії, заклади розміщення, ресторани, транспортні (залізничний, авіаційний, водний, автомобільний, вокзали, депо, шляхи сполучення, аеропорти, транспортні вузли,

ремонтні установи), спортивно-розважальні заклади, інформаційно-телекомунікаційні засоби зв'язку та передачі інформації (системи розповсюдження, збору та обробки інформації комерційної, науково-технічної, статистичної, мереж провідникового та без провідникового зв'язку, засобів масового теле- радіо-інформування, Інтернет). Особливу увагу слід зосередити на тому, що сюди слід включити заклади, котрі здійснюють обслуговування безпосередньо туристів – це фірми туроператори, турагенти, екскурсійні бюро, заклади санаторно-курортного обслуговування (санаторії, профілакторії, здравниці), заклади розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, бази відпочинку). Рівень розвиненості інфраструктури макро- та мезорівня дає змогу збільшити туристичні потоки (як внутрішні так і зовнішні) та свідчать про привабливість території не лише з точки зору рекреаційної функції (лікувально-оздоровчої, спортивної чи пізнавальної), а й привабливості з точки зору ведення бізнесу. Адже відповідальність за її формування прямо залежна від створених на державному рівні умов забезпечення ефективності функціонування того чи іншого економічного процесу та можливості використання їх у підприємницькій діяльності. Яскравим прикладом є високорозвинений Європейський макрорегіон, де приріст туристичних потоків хоч і незначний але стабільний.

3. *Інфраструктура мікрорівня* – являє собою безпосередньо структуру туристичного підприємства утворюючись із елементів котрі покликані забезпечувати ефективну його діяльність.