

УДК 338.486.2

Марія Візерська

*асистент кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій,
м. Київ*

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО ПРОФІЛЮ

Класифікація туристичних підприємств – ключ до розуміння побудови функціональної структури туристичного бізнесу, адже основні наукові і практичні напрацювання у сфері розроблення класифікації підприємств ґрунтуються на основі поділу їх за функцією, що вони виконують у туристичному бізнесі.

У спеціальній економічній літературі туристичне підприємство дуже часто трактують як будь-яке підприємство, яке виробляє туристичні товари або надає послуги туристам.

У науковій літературі можна знайти і більш вузьке трактування туристичного підприємства як підприємства, що займається збутом туристичних послуг споживачам.

Туристичною діяльністю в Україні займається велика кількість різних типів туристичних підприємств, що надають послуги туристам, задовольняючи їхній попит. Діяльність туристичних підприємств відрізняється за специфікою виконуваних функцій, обсягами діяльності та задіяних ресурсів, що зумовлює їхню класифікацію та типізацію.

Пропонуємо інноваційну класифікацію туристичних підприємств на основі функціонального їх поділу:

1. Підприємства – виробники туристичних послуг – підприємства, що спеціалізуються на безпосередньому виробництві послуг і благ, які споживають туристи (музейні установи, екскурсійні бюро, підприємства розміщення, харчування і транспортування).

2. Комплектувальники туристичних послуг – підприємства, що створюють туристичний продукт із послуг, вироблених раніше (туроператори).

3. Підприємства збуту – що безпосередньо продають вироблений туристичний продукт (туроператори та туристичні агентства).

Підприємства – виробники туристичних послуг.

Виробників туристичних послуг можна поєднати загальним терміном «туристична інфраструктура», тобто сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують приймання, обслуговування та перевезення туристів.

Відповідно до економічних і соціальних функцій сфери послуг у чистому вигляді є небагато їхніх видів, які формують винятково певний за функціональною спрямованістю сектор.

Окрім прямих туристичних послуг, які забезпечують потреби туристів та підприємств, що їх виробляють, до переліку варто зарахувати *підприємства, що надають послуги туристам опосередковано:*

- *банківські установи та інші установи аналогічного типу, що надають послуги з безготівкового розрахунку, обміну валют тощо;*
- *страхові агентства, що надають послуги особистого, майнового страхування, страхування життя і здоров'я людини, а також послуги зі страхування на транспорті;*
- *державні установи, що здійснюють візовий контроль, установлюють правила перетину кордону, ввезення і вивезення валюти, певних цінностей та продуктів;*
- *установи, що надають інформаційні послуги, консульства, туристичні системи та ресурси, які діють на некомерційній основі, і головною метою функціонування яких є надання споживачеві різної інформації;*
- *установи, що захищають права споживачів у разі їх порушення;*
- *медичні та освітні заклади, які надають інформаційну підтримку, здійснюють медичне обслуговування поза медичною страховкою тощо.*

Комплектувальники туристичних послуг.

На сучасному етапі розвитку у сфері туризму діють різноманітні типи підприємств, що здійснюють туристичну діяльність.

Ключовими суб'єктами туристичної діяльності, які взаємодіють у процесі розроблення та реалізації турпродукту, надання і споживання туристичних послуг, є виробник (організатор) і гуртовий продавець туру – туроператор.

Під туроператорською діяльністю розуміють діяльність щодо формування, просування і реалізації туристичного продукту, яку здійснює на підставі ліцензії юридична особа або індивідуальний підприємець.

Виробничо-обслуговувальна діяльність туроператорів передбачає такі етапи:

- формування (комплектацію) турів;
- просування турів;
- гуртова реалізація турів;
- забезпечення обслуговування туристів у межах програми туру;
- контроль і оперативний супровід турів;
- відповідальність за виконання робіт.

Основні функції туроператора: комплектувальна, сервісна, гарантійна.

Комплектувальна функція для туроператора – це комплектація туру з окремих послуг; для турагента – комплектація пакетів турів із транспортними та деякими іншими видами послуг.

Сервісна функція – це обслуговування туристів в офісі під час продажу пакетів турів і на маршрутах.

Гарантійна функція – це забезпечення туристів гарантією надання їм наперед сплачених туристичних послуг в обумовленій кількості і на обумовленому рівні.

Отже, ключовим елементом діяльності туроператора будь-якого типу є пакетування різноманітних послуг. Діяльність туроператора з комплектації послуг, яких він сам не виробляє (послуги готелів, транспортних компаній, розважальних закладів тощо), у туристичний пакет, тур, турпродукт, називається туроперейтингом. Це означає, що туроператор повинен не тільки з окремих послуг зібрати туристичний продукт, а ще його функція на ринку послуг складається також із обслуговування туристів, гарантування якості цих послуг та виконання виробником послуг у тому обсязі, який придбає турист.

Підприємства збуту в туризмі.

У секторі туризму найважливішим серед посередників, що доводять туристичний продукт до кінцевого споживача, є *турагент*. Через нього продають переважну більшість туристичних поїздок. Із практики відомо, що придумати і розробити цікавий маршрут подорожі дуже просто, набагато складніше знайти споживача. За великої насиченості

ринку схожими пропозиціями, гострої конкурентної боротьби та обмеженої купівельної спроможності населення турагенти мають найважче завдання – привернути клієнта та умовити його поїхати саме в цей тур, а вже потім укласти з ним договір, отримати гроші, оформити паспорт, візу, квиток, видати ваучер, відправити в поїздку і повернути додому неушкодженим, а на завершальному етапі, можливо, отримати від нього подяку.

За характером здійснюваних операцій *турагент* – це роздрібний продавець. Класичний турагент не створює своїх власних туристичних продуктів, а займається їх перепродажем. Він реалізує послуги кінцевим споживачам – туристам – для їхнього особистого використання.

Турагенти *виконують дві головні функції*: надання інформаційних послуг та збут туристичних послуг. Ринок турагентів наповнений великою кількістю учасників торгових операцій і є прикладом гострої конкурентної боротьби.

Отже, функціональна структура туристичного бізнесу – це складна інтегральна ієрархічна система, ускладнена великою кількістю підприємств економічного профілю, найчастіше – приватної форми власності. Це зумовлено комплексністю туристичного продукту та великою кількістю підприємств – учасників процесу туристичного обслуговування, що надають супутні послуги туристам.