

зусиль на досягнення поставлених цілей, а для того, щоб діяльність сільськогосподарських підприємств була ефективною, потрібно залучати працівників до праці та вирішення питань, пов'язаних із нею, необхідно стимулювати персонал для досягнення максимальних результатів та шукати нові підходи до підвищення продуктивності праці й кар'єрного росту працівників.

Список літератури

1. Конференція адміністративної реформи в Україні / Державна комісія з проведення в Україні адміністративної реформи. – К. : Центр-політико-правових реформ; Центр розвитку українського законодавства, 1998. – 62 с.
2. Куликов Г. Т. Мотивація наемных работников / Г. Т. Куликов. – К. : Ин-т экономики НАН Украины, 2002. – 339 с.
3. Малиновський В. Я. Державне управління : навч. посіб. / В. Я. Малиновський. – Луцьк : Вежа, 2000. – 558 с.
4. Довідник з управління с.-г. виробництвом / за ред. Л. Д. Залевського. – К. : Урожай, 1981. – 184 с.
5. Огінський А. М. Національна система сільського господарства: вступ до загальної теорії і практики державного управління / А. М. Огінський. – К. : ІАЕ, 1999. – 365 с.

Проанализированы основные методы управления персоналом, представленные в отечественных и зарубежных трудах, выделены социальные аспекты регулирования и влияния на достижение эффективного использования трудового потенциала предприятия. Изучены социально-психологические методы управления и подана их детальная классификация. Сделаны выводы о необходимости перехода на новое видение роли работников в деятельности сельскохозяйственных предприятий и поиска методов активизации их потенциала.

Управление, методы управления, социально-психологические методы, социальные методы, морально-этические методы, психологические методы.

The article analyses the main methods of management personnel is represented in the works of domestic and foreign works, are allocated to the social aspects of regulation and impact on the achievement of efficient use of labor potential of the company. Examines the socio-psychological methods of management and submitted their detailed classification. Conclusions are made about the need for a new vision of the role of employees in the activity of the agricultural enterprises and search methods, and strengthening their capacity.

Control, management, socio-psychological methods, methods of social, ethical methods, psychological methods.

УДК 338.48:379.845

**СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ
НАПРЯМ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ**

М. В. Бесчастна, асистент

Розкрито зміст поняття туropерейтингу. Визначено місце інфраструктури туropерейтингу в індустрії туризму, та виокремлено сільський зелений туризм як специфічний напрям туropерейтингу.

Туropерейтинг, індустрія туризму, інфраструктура туризму, сільський зелений туризм.

В умовах ринкової економіки функціонування і розвиток туристичного бізнесу багато у чому залежать від якості та рівня організації обслуговування туристів, і це повинно стати головним завданням туropераторських фірм та цілої мережі турагентств.

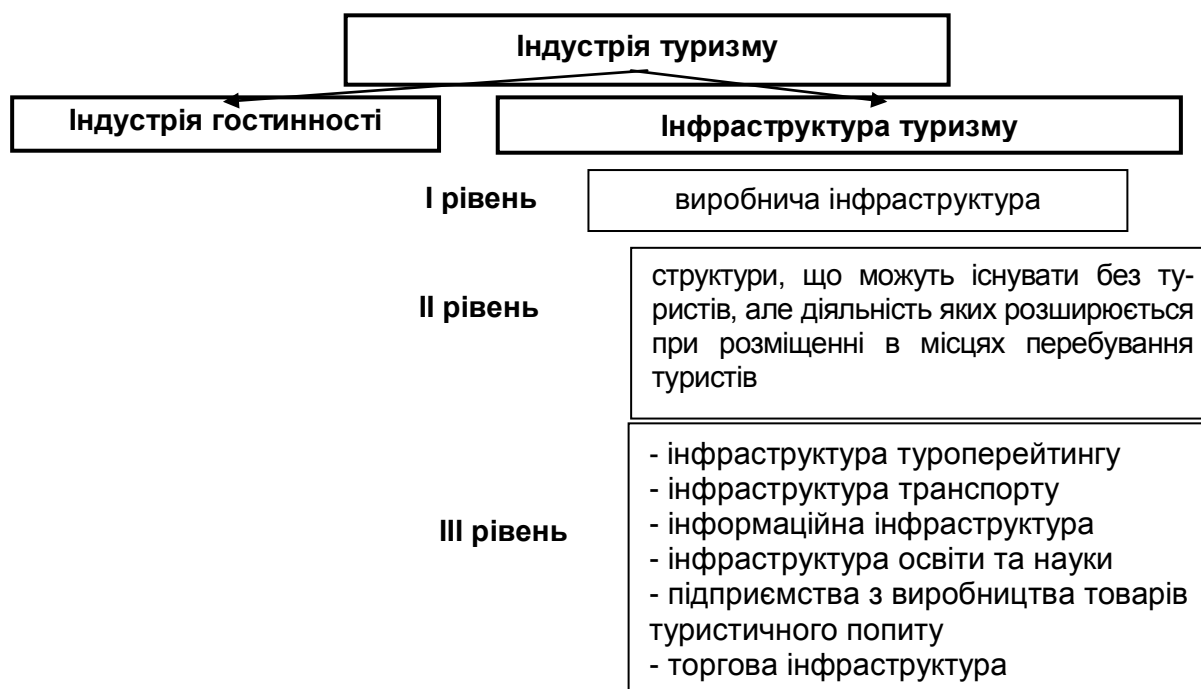
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних та практичних аспектів туоперейтингової діяльності займалися, зокрема, такі вчені, як Е. Н. Ільїна, Е. В. Агамірова, В. В. Харабовченко, Д. С. Ушаков та ін. Разом з тим, залишається низка актуальних питань щодо єдиного трактування категорії «туropерейтинг» та його роль у діяльності сільського зеленого туризму.

Мета дослідження – узагальнення теоретичних положень і трактувань суті категорії «туropерейтинг у сільському зеленому туризмі».

Виклад основного матеріалу. Формування ринкових відносин в Україні та подолання економічної кризи потребують структурної перебудови національної економіки, зміни традиційних пропорцій між галузями. Пріоритетного розвитку при цьому повинні набути не тільки галузі промисловості, продукція яких дасть змогу задовольнити потреби людини, але й невиробнича сфера. Більшість розвинених країн уже пройшли цей шлях. Останніми роками закономірними вже стали відомості про те, що туризм за доходами посідає третє місце у світі, поступаючись нафтовій промисловості й торгівлі зброєю в економічно розвинених країнах світу. Тому Уряд України проголосив туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки, оскільки туристичний бізнес є одним з найбільш рентабельних і швидкоокупних видів бізнесу. Визнанням ролі та місця України у світовому туристичному співтоваристві стало її обрання до складу Виконавчої ради Всесвітньої туристичної організації – керівного органу цієї установи, структурного підрозділу ООН. Це дасть змогу нашій країні активніше інтегруватися в міжнародний туристичний простір і сприятиме розвитку в Україні різноманітних видів туризму, підвищенню економічної ефективності та посиленню соціального спрямування галузі.

Категорія «туropерейтинг» з'явилась у вітчизняному лексиконі нещодавно – у 2001 р., після публікації книги Є. Н. Ільїної «Туropерейтинг: організація діяльності», де туropерейтинг визначено як «залучення до сфери туристського обслуговування організацій, підприємств і фірм, що надають послуги, а також комплектація з цих послуг різноманітних тематичних турів» [1].

Проте, для більш точного визначення даної категорії, необхідно визначити місце туроперейтингу в індустрії туризму, що являє собою комплекс діючих споруд і мереж виробничого, соціального та рекреаційного призначення для функціонування сфери туризму. Інфраструктура туризму є невід'ємною частиною індустрії туризму, у складі якої виокремлено два елементи. Перший елемент – індустрія гостинності, до якої належать підприємства, що надають послуги з розміщення та харчування. Другий елемент індустрії туризму є інфраструктурною складовою, яка представляє собою трирівневу систему. Перший рівень інфраструктури туризму представлений виробничою інфраструктурою – комплексом діючих споруд, будівель, транспортних мереж, систем, що безпосередньо не належать до виробництва турпродукту (на відміну від структур двох наступних рівнів), але необхідних для надання туристських послуг: транспорт, зв'язок, енергетика, комунальне господарство, фінанси, страхування, безпека. Другий і третій рівні туристичної інфраструктури формують підприємства та організації, що безпосередньо беруть участь в туристичній діяльності та формуванні турпродукту. До другого рівня належать ті структури, що можуть існувати без туристів, але діяльність яких розширюється при розміщенні в місцях перебування туристів. Це підприємства з прокату автомобілів, таксопарки; кафе і ресторани; спортклуби, музеї, театри і кінотеатри, виставкові зали, цирки, зоопарки, казино тощо (див. рисунок).



Місце інфраструктури туроперейтингу та індустрії туризму

Отже, можемо сказати, що туроперейтинг є складовою інфраструктури туризму та бере участь у плануванні, розробці, просуванні та реалізації туристичного продукту.

Одним із суб'єктів туроперейтингової діяльності є туроператори. Туроператор займається комплектацією туру на основі договірних взаємовідносин з постачальниками послуг і відповідно до наявного туристичного попиту. Він розроблює туристичні маршрути, складає програму

обслуговування туристів, організує комплекс заходів щодо просування та продажу турів. Туроператор, здебільшого, виступає як оптовий покупець послуг з розміщення, транспортного обслуговування, харчування, рекреаційної діяльності тощо. У результаті він має групові тарифи на зазначені послуги, які є набагато нижчими за індивідуальні, роздрібні тарифи. Таким чином, туристи можуть отримати значну вигоду, купуючи тур у туроператора, а не займаючись самовільним туропереїтингом.

Туроператори за видом діяльності поділяються на операторів масового ринку, які продають тури, що включають переліт чартерним авіарейсом до найбільш відвідуваних місць; спеціалізованих операторів, що працюють за певним географічним напрямком, або в одному сегменті ринку.

Туроператори займають позицію між постачальниками окремих послуг для туристів і турагентствами та туристами. Фактично вони не тільки відповідають на туристичний попит, формуючи пропозицію – тури, а й впливають на формування попиту, шляхом просування нових напрямів подорожей і форм туристичного обслуговування.

Одним із таких спеціалізованих напрямів туристичного обслуговування є сільський зелений туризм – новий вид бізнесу для вітчизняних туристичних фірм. Даний сегмент туристичного ринку доцільний для досвідчених туроператорів, які мають ефективні напрацювання, досвід і резерви в менеджменті та маркетингу, через можливість виникнення проблем обслуговування туристів на маршруті та поза ними. Адже сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна й трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної й етнографічної спадщини регіону [2].

Користувачем цього виду послуг є, переважно, міський турист, що надає перевагу активному відпочинку в місцях з екологічно чистим довкіллям, а також шукає можливостей культурного збагачення й самоосвіти. Для задоволення таких потреб Україна має надзвичайно великі туристично-рекреаційні можливості. Майже 15% території – це курорти, зони відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони, з чудовим чистим повітрям, чистими ріками, горами, місцевістю, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші чудові архітектурні пам'ятки. Історично склалися більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину. Охороняється державою близько 30 національних і регіональних парків та садіб відомих діячів української культури. Визначними є лікувальні ресурси – понад 400 джерел мінеральних вод та більш ніж 100 родовищ цілющих грязей, значна кількість яких є унікальною не тільки для України, але й для Європи [3].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Україна, володіючи численними історичними та культурними цінностями, унікальними рекреаційними ресурсами, може досягти значного економічного ефекту в туристичному бізнесі. Якщо в розвинених країнах дана галузь перетворилася на індустрію туризму, то Україна робить лише перші кроки у цьому напрямі. Правомірно відзначити, що спеціалісти

інфраструктури туropolерейтингу своїми кваліфікованими діями можуть зробити сільський зелений туризм в Україні привабливим не тільки для вітчизняного користувача, але й для громадян інших країн, що може стати додатковим доходом як для сільських бюджетів, так, відповідно, і для державного бюджету України.

Список літератури

1. Ильина Е. Н. Туropolерейтинг: организация деятельности : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 480 с.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/byrkovych.htm
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.magazine-rest.in.ua>
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183838>
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bib.convdocs.org>

Раскрыто содержание понятия туropolерейтинг. Определено место инфраструктуры туropolерейтинга в индустрии туризма, и выделен сельский зеленый туризм как специфическое направление туropolерейтинга.

Туropolерейтинг, индустрия туризма, инфраструктура туризма, сельский зеленый туризм.

There is meaning of the term turopolereytnhu in the article. The place turopolereytnhu infrastructure in the tourism industry, and rural green tourism singled out as a specific area turopolereytnhu.

Turopolereytnh, tourism industry, infrastructure truism, agricultural green tourism.