

### ***Підприємницька діяльність як інструмент розвитку подієвого туризму***

Підприємництво є найважливішим фактором розвитку туристичної галузі як на регіональному, так і на світовому рівнях. В свою чергу, туристичне підприємство визнано основним способом надання стратегічної підтримки розвитку бізнесу. Так, К.Кох стверджував, що тільки коли існують підприємці в туризмі, тільки тоді навколишнє середовище, рельєфи, флора і фауна, історичні артефакти і ангари культурної спадщини стають туристичними ресурсами, які можуть бути відновленими [1]

Ідеї Й.Шумпетера, що підприємці та підприємництво мотивують бізнес інновації та економічне зростання актуальні й досі. Підприємницька діяльність, як правило, розробляє нові сполучні засоби виробництва, нові продукти, нові ринки, нові методи виробництва або розподілу, нові джерела матеріалу або нові форми організації. Отже, підприємництво є необхідним для вирішення проблем у суміжних галузях, інноваційний підхід у підприємстві дає конкурентні переваги, а підприємництво та інновації в галузі туризму є ключовим факторами економічного розвитку.

Згідно з українським законодавством, підприємницька діяльність може здійснюватись як зі створенням, так і без створення юридичної особи. Підприємницька діяльність більш ефективна за умов майже 100% можливості впливу на процес її здійснення. Така керованість процесом є реальною за умови створення підприємцем певної середовища, наприклад, організація певної події (конференції, концерту). Ідея та її здійснення залежать повністю від ініціатора.

На сьогоднішній день одним з перспективних напрямків розвитку туристичної галузі є подієвий туризм. Подієвий туризм - це вид туризму орієнтований на відвідування місцевості в певний час, пов'язаний з якою-небудь подією. Під подією слід розуміти сукупність явищ, що виділяються своєю неоднозначністю, значимістю для даного суспільства чи людства в цілому, для малих груп або індивідуумів. Вона може мати вид разового неповторного явища або періодичного, спостережуваного щорічно або в певні періоди часу.

Таким чином, подієвий туризм як раз та середовище здійснення підприємницької діяльності, в якій можливе виконання умови керованості подією. Вагомим фактором розвитку підприємницької діяльності саме в подієвому туризмі є конкуренція, яка обумовлює створення певних подій за певний час. Це в свою чергу створює нові туристичні потоки, можливість впливу на їх координацію.

Нездоймінов В.Г. виділяє такі основні функції підприємницької діяльності в туризмі [2]:

1) Інноваційну - генерування сучасних технологій, новаторських ідей, бізнес-проектів для формування конкурентоздатного продукту; 2) бізнесову - уміння ризикувати в турбізнесі; 3) технологічну - дотримання технологій розробки, просування й продаж турпродукту на ринку; 4) ресурсну - формування й ефективне використання власного та позичкового капіталу, туристичних, інформаційних та людських ресурсів; 5) організаційно-супровідну - практична організація виробництва турпослуг, маркетингу, продажу, реклами, фінансового та податкового планування власного бізнесу; 6) якісного сервісу - розробка заходів щодо залучення та розширення клієнтської мережі споживачів турпослуг, контролю якості послуг туристичного споживання; 7) соціальну - забезпечення економічних інтересів найманого персоналу; 8) формування гудвілу - прирощення нематеріальних активів за рахунок власної підприємницької концепції ведення турбізнесу, ділової репутації підприємства чи підприємця.

Дослідники туристичної сфери досить високо оцінюють її ефективність. С. Захарчук, зокрема, зазначає, що «туристична галузь – це галузь, яка при порівняно невеликих витратах може дати значний прибуток, адже оборотність капіталу у цій галузі у 4 рази вища, ніж у середньому в інших галузях світового господарства, при цьому витрати на створення одного робочого місця в інфраструктурі туризму в 20 разів менші, ніж у промисловості» [3]. У більшості країн світу на державному рівні туристична галузь розглядається як активізатор валютних надходжень, фактор підвищення попиту на товари національного виробництва, підвищення зайнятості. Наприклад, під час підготовки до Чемпіонату Європи з футболу 2012 року було здійснено значні інвестиції в транспорт (7,6 млрд. дол. США), готель (3,2 млрд. дол. США) та спорт (1,1 млрд. дол. США), щоб посилити спроможність країни розмістити очікувану кількість іноземних відвідувачів [4] Але, слід зазначити, що однією із умов прискорення темпів росту туристичної галузі є збільшення інвестиційних надходжень зі сторони держави і приватного сектору.

Інвестиційна діяльність передбачає розвиток інновацій. Й. Шумпетер [5] пропонує таку класифікацію інновацій, як в сфері туризму можна описати наступним чином:

- продуктові інновації - розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей пропозиція нових послуг ;
- ресурсні інновації - використання нового виду туристичних ресурсів для організації туризму та розробки нових турів і послуг;
- техніко-технологічні інновації – впровадження нової або істотно поліпшеної техніки і технології обслуговування клієнтів, просування і реалізації послуг;
- організаційні інновації – впровадження більш ефективних структур управління й порядку організації діяльності фірми, нових профілів робочих місць і професійних вимог
- маркетингові інновації – виділення нових сегментів ринку, обслуговування нових груп клієнтів (виділення за географічною, соціально-демографічною, поведінковою ознаками). Необхідно зазначити, що наведені типи інновацій тісно взаємопов'язані та перетікають одна в одну. Розробка нових турів базується на освоєнні нових туристських ресурсів, і як наслідок новий турпродукт може орієнтуватися на нові групи споживачів.

Важливим фактором збільшення туристичних потоків є загальний розвиток соціальної та транспортної інфраструктури. Розвиток рекреаційного підприємництва одне з найважливіших завдань сьогодення [6]. Підприємництво в рекреаційній галузі повинно здійснюватися на основі вільного вибору діяльності, встановлення цін у відповідності з законодавством, вільного розподілу прибутку, залучення на добровільній основі майна і коштів юридичних осіб і громадян. Необхідне впровадження нових форм рекреаційного підприємництва: будівництво приватних будинків відпочинку, пансіонатів, котеджів для здачі в оренду або продажі багатим клієнтам; створення приватних туристичних підприємств, спільних підприємств, вільних економічних зон рекреаційного профілю.

Туризм - одна з найбільш швидко зростаючих галузей у світі. Відповідно дослідженням, що проводилися WTTC разом з Oxford Economics у 2016 році внесок Travel & Tourism в світовий ВВП випереджає глобальну економіку вже шостий рік поспіль, збільшившись до 10,2% світового ВВП (7,6 трлн. дол. США). На сьогодні туристичний сектор підтримує 292 мільйони чоловік в сфері зайнятості - це 1 з 10 робочих місць на планеті. Прогнози Travel & Tourism протягом наступних десяти років також виглядають надзвичайно сприятливими з прогнозованими темпами зростання в 3,9% в рік. [7].

В стратегії розвитку Харківського регіону до 2020 значне місце приділяється саме розвитку туризму. [8]. У Харківській області існують вагомні передумови для того, щоб увійти до найбільш розвинутих у туристичному відношенні регіонів України та Європи. Харківщина має вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови, різноманітний ландшафт, унікальну флору і фауну, історико-культурну, архітектурну спадщину, розвинуту мережу транспортного сполучення, достатні людські, матеріальні, у т. ч. природно-оздоровчі ресурси. Харківська область має значний історико-культурний потенціал.

Так, у Концепції розвитку туризму в Харківській області до 2020 року зокрема зазначається, що внутрішній і в'їзний туристичний продукт займає незначну частку в структурі реалізаційної діяльності навіть у лідерів галузі та не відіграє визначальної ролі в прибутках туристичних компаній, на відміну від продажу послуг виїзного туризму. Причинами такої ситуації є, насамперед, недостатність і недосконалість розвитку об'єктів туристичної інфраструктури, невідповідність ціни та якості пропонованих послуг, а також низький рівень популяризації туристичного продукту Харківської області на міжнародному й українському ринках туристичних послуг.

У Харківській області зосереджена значна кількість пам'яток, пов'язаних з перебуванням на території Слобідського краю багатьох європейських й азіатських етносів. Передусім, це пам'ятки археології, що дозволяють, окрім іншого, розвивати популярний нині археологічний туризм. Такий вид туризму має значні перспективи, пов'язані з новими культурними й подієвими проектами, розвитком нових туристичних продуктів та інфраструктури в Харківській області [9]. Серед пріоритетних заходів зазначених у Концепції налагодження системи управління подієвістю, у т.ч. у сфері культури та спорту

На сьогоднішній день в Харкові діє програма підтримки розвитку підприємництва у м. Харкові на 2012–2017 рр. Серед діючих заходів робота консультаційних центрів із питань публічно-приватного партнерства та створення міського центру підтримки та розвитку підприємництва. Таким чином, є очевидним потенційні можливості для організації іміджевих заходів в Харківському регіоні за участю підприємців та розвитку подієвого туризму.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Koh Khoon Y. University Mapping the Tourism Entrepreneurial Process: A Sampling from Connecticut, USA // Journal of Travel and Tourism Research, -2014. Spring-Fall. 1-12A.
2. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія / С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2009. – 304с.
3. Захарчук С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі // Економіка. Управління. Інновації. Електронне наукове фахове видання. - 2010. - №1 (3) . [URL:http://www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua) (дата звернення 20.10.2017)
4. URL: [http:// www.east-invest.eu](http://www.east-invest.eu) (дата звернення 22.10.2017)

5. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с
6. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник В.В.Величко – Х, -ХНУМГ ім. О.М.Бекетова, 2013
7. URL: <http://www.wttc.org> (дата звернення 19.10.2017)
8. Стратегія розвитку Харківської області до 2020 року. URL <http://www.advblog.net> (дата звернення 19.10.2017)
9. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року URL: <http://www.ts.lica.com.ua> (дата звернення 17.10.2017)