

3 лютого 2011 року Грецію охопили масові акції протесту і загальнонаціональні страйки проти введення урядом країни програми антикризових заходів для подолання боргової кризи. В результаті страйків періодично припиняється авіасполучення як всередині країни, так і міжнародне, не працює залізниця, магазини, музеї, на роботу не виходять медики та журналісти. Цим пояснюється падіння кількості туристів, що відвідували Грецію з 2011 по 2012 рік. [3]

Світова організація туризму надала прогностичні дані щодо розвитку туристичної галузі в Греції до 2030 року.

Таблиця 2

Міжнародні туристичні прибуття (Греція) млн.осіб

	1980	1995	2010	2020	2030
Європа	277	528	940	1.360	1.809
Греція	177.3	304.1	475.3	620	744

Примітка: складено за [5]

Згідно статистичних даних роль туризму в Греції буде зростати, адже це була і є провідна галузь, яка приносить країні прибутки. Тому в даному випадку, потрібно приділяти велику увагу даному сектору, аби зберегти позиції Греції як країни з високим розвитком туризму.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Країни світу.* – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <<http://www.otkrytie.ru/.htm>>.
2. Коцан Н. Н., Мазурець Р. Р. *Тенденції розвитку міжнародного туризму / Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки.* – 2008. – № 4. – С. 10.
3. *Туристичні новини.* – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <<http://diaspora.ukrinform.ua/news-206.html>>.
4. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>
5. *UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition* – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/publications>.

МАРІЯ КОРЖАК

Науковий керівник:

к.е.н., доц. Смалюк Г. Ф.

МИСТЕЦТВО ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Галузь туризму виступає складним комплексом, що має свою логічно-вивірену структуру, що функціонує на організаційно-правових умовах.

Відповідно статті 1, частини I, Закону України «Про туризм», від 1995, туристична діяльність передбачає тимчасовий виїзд особи з місця проживання з

метою пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях, без здійснення оплачуваної діяльності по місцю перебуванню. *Туристом* постає фізична чи юридична особа, що здійснює таку подорож. *Туристичним продуктом* – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менш ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною. *Місцем продажу* (реалізації) туристичних послуг виступає країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт. *Реалізація* (просування) туристичного продукту передбачає комплекс заходів спрямованих на створення та підготовку до продажу туристичного продукту, що проходить у вигляді ярмарок, виставок, рекламно-ознайомлювальних подорожах [1].

З розвитком наукових знань в галузі туризму постає необхідність його вивчення, що допоможе комплексно сформулювати поняття предмету бізнес туризму, як галузі дослідження.

З метою вивчення складних процесів розвитку ділового туризму, як економічної системи визначимо галузь туризму у вигляді циклічної моделі із непривною низкою актів виробництва та споживання туристичних продуктів.

Пізнання природи та функцій різних елементів даної системи, взаємозв'язку визначає розуміння поведінки на початковому сегменті ринку, розкриває механізми функціонування, уникає перенавантаження моделі від фізичного потоку та зосереджує увагу на фінансових потоках відповідно.

Галузь туризму охоплює всі сфери діяльності людського суспільства: економічну, культурну, соціальну область держави. Потужним мотиватором у формування основних галузей економіки, що активно налаштовуються та запроваджують новітні технології вступають в конкурентну політику на міжнародному ринку товарів та послуг, що сприяє потоку інвестицій в усі, без виключення господарські сегменти ринку.

Політика ринку повинна будуватись таким чином, щоб мати змогу виконувати потреби забезпечення економічної рентабельності туризму, передбачати можливості міжнародного туристичного обміну, забезпечення балансу внутрішньої торгівлі, стабілізації положень національної економіки, перерозподілу національного доходу, підвищення стандартів життя за рахунок повного задоволення людських потреб у пізнанні оточуючого світу.

Таким чином, державна політика в області туризму повинна носити системний характер забезпечуючи преференціальну податкову систему, політичну та економічну стабільність.

Індустрія ділового туризму визнана на державному рівні пріоритетною сферою національної економіки у кожній країні зокрема. Вирішення цілого ряду економічних, організаційних, соціальних, правових питань повинно сприяти значному економічному росту, що допоможе зробити свій вклад в національну економіку. Володіючи мультиплікаційним ефектом галузь туризму має всі сприятливі умови для економічного росту, збільшення зайнятості населення, забезпечення потреб суспільства у якісному та доступному відпочинку. В умовах ринкової економіки існує досить потужний багаж досвіду в організації туристичної діяльності, що потребує узагальнення та аналізу,

вивчення прогресивного світового досвіду функціонування галузі туризму, готельних комплексів, маркетингових досліджень, формування туристичного продукту та його становлення на ринку послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про туризм» від 09.11.2003, N 1282-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

2. Girod, A. *An analysis of the Development of MICE industry* / A. Girod. – [Dissertation]. – [Electronic source]. – Access mode: <http://www.du.se/pagefiles/18846/girodaur%C3%A9lie.pdf>.

3. *The role of business travel*. – [Electronic source]. – Access mode: http://www.ustravel.org/sites/default/files/Business_Travel_ROI_Study_Key_Messages.pdf.

ЛІЛІЯ КРИВЕНЧУК

Науковий керівник:

к.е.н, доцент Комар Н. В.

АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВНИХ ТА ПРИВАТНИХ СТРУКТУР У ПІДТРИМЦІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СВІТІ

На сьогоднішній день формуванням та реалізацією туристичної політики в світі займаються державні та недержавні організаційні структури, які утворені на різних рівнях організаційно-управлінського механізму та реалізують свої рішення через важелі впливу, що належать до їхніх повноважень, а саме через нормативно-правове регулювання, податкову політику, бюджетно-фінансову політику, інформаційно-промоційне забезпечення тощо. Зазначені важелі можуть бути ефективними та сприяти досягненню основної мети організаційно-управлінського механізму у випадку чіткого розподілу повноважень на різних рівнях управління та з чітким контролем дотримання норм законодавства і визначених стратегічних цілей.

Державно-приватне партнерство має багато переваг для застосування в туристичній сфері. Головною перевагою є те, що, з одного боку, багато об'єктів природно-рекреаційного комплексу не можуть бути приватизовані у зв'язку із стратегічною, економічною та соціально-політичною значимістю, а з іншого боку, в державному бюджеті немає достатніх коштів, які б дозволили забезпечити належне функціонування цих об'єктів. Саме для того щоб вирішити цю суперечність, можна успішно використовувати концепцію державно-приватного партнерства, яка виступає альтернативою приватизації стратегічно важливих об'єктів державної власності. Також державно-приватне партнерство дозволяє додатково залучити ресурси та технології, оптимізувати ризики, запобігти виникненню корупційних факторів.