

Туристична сфера у світовій індустрії

Бут А.Б., Ващенко В.В.

Туристична сфера, як відомо, є одним з найбільш динамічних та прибуткових видів бізнесу – вона приносить понад 600 млрд. доларів прибутку щорічно. Туристичні організації докладають чимало зусиль для досягнення власних ринкових пріоритетів, які б дали змогу компанії виділитися серед конкурентів і таким чином забезпечити більш ефективне існування в напруженому бізнес середовищі.

У світі активно розвиваються такі види туризму, як культурно пізнавальний (відвідування відомих історичних місць, знайомство з пам'ятками, національними парками країн), лікувально-оздоровчий (санаторно-курортне лікування та оздоровлення), науковий (участь у наукових конференціях, обмін фахівцями, запрошення зарубіжних викладачів та консультантів), екстремальний (туризм на виживання).

У м. Суми існує майже десять туристичних офісів, які надають вище вказані види послуг. Вони пропонують споживачам путівки до різних країн світу (Єгипет, ОАЕ, Андорра, Франція, Індія та ін), пропонують екскурсії до різних історичних пам'яток міст України.

Дедалі більшої ваги набуває міжнародний туризм. Це означає, що відбувається формальне знищення кордонів та зростання мобільності споживачів і формується загальносвітова пропозиція, тобто активізувалися процеси уніфікації якості туристичного продукту, зокрема єдиного рівня цікавості або корисності в туристичній інформації, комфортабельності перебування, цінних меж, доступності та правдивості рекламної пропозиції тощо.

Зрозуміло, що ідеальної туристичної організації не існує, проте формуються такі, що найкраще відповідають умовам сучасного динамічного туристичного ринку. Для цього вони мусять постійно вдосконалюватися відповідно до динаміки зовнішніх чинників попиту на туристичні послугу, модні туристичні напрямки тощо.

Сьогодні розвиток туристичного бізнесу в Україні вимагає ретельного осмислення та опрацювання новітніх тенденцій перебудови діяльності та можливих рішень, розробки алгоритму функціонування різних видів туристичних організацій в умовах зростаючої конкурентної напруженості, можливостей надання маркетингової підтримки індустрії туризму.