

MONOGRAFIA  
POKONFERENCYJNA

SCIENCE,  
RESEARCH, DEVELOPMENT #9

Economy. Management.

State and Law

Познань/Poznan

29.09.2018- 30.09.2018

U.D.C. 004+62+54+66+082

B.B.C. 94

Z 40

**Zbiór artykułów naukowych recenzowanych.**

(1) Z 40 Zbiór artykułów naukowych z Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej (on-line) zorganizowanej dla pracowników naukowych uczelni, jednostek naukowo-badawczych oraz badawczych z państw obszaru byłego Związku Radzieckiego oraz byłej Jugosławii.

(30.09.2018) - Warszawa, 2018. - 48 str.

**ISBN: 978-83-66030-50-3**

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Wszelkie prawa autorskie zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do artykułów z konferencji należą do ich autorów.

W artykułach naukowych zachowano oryginalną pisownię.

Wszystkie artykuły naukowe są recenzowane przez dwóch członków Komitetu Naukowego.

Wszelkie prawa, w tym do rozpowszechniania i powielania materiałów opublikowanych w formie elektronicznej w monografii należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

W przypadku cytowań obowiązkowe jest odniesienie się do monografii.

Nakład: 80 egz.

«Diamond trading tour» ©

Warszawa 2018

**ISBN: 978-83-66030-50-3**

**Redaktor naukowy:**

**W. Okulicz-Kozaryn**, dr. hab, MBA, Institute of Law, Administration and Economics of Pedagogical University of Cracow, Poland; The International Scientific Association of Economists and Jurists «Consilium», Switzerland.

**KOMITET NAUKOWY:**

**W. Okulicz-Kozaryn** (Przewodniczący), dr. hab, MBA, Institute of Law, Administration and Economics of Pedagogical University of Cracow, Poland; The International Scientific Association of Economists and Jurists «Consilium», Switzerland;

**С. Беленцов**, д.п.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, Россия;

**Z. Ćekerevac**, Dr., full professor, «Union - Nikola Tesla» University Belgrade, Serbia;

**Р. Латыпов**, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Россия;

**И. Лемешевский**, д.э.н., профессор, Белорусский государственный университет, Беларусь;

**Е. Чекунова**, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Россия.

**KOMITET ORGANIZACYJNY:**

**A. Murza** (Przewodniczący), MBA, Ukraina;

**A. Горохов**, к.т.н., доцент, Юго-Западный государственный университет, Россия;

**A. Kasprzyk**, Dr, PWSZ im. prof. S. Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Polska;

**A. Malovychko**, dr, EU Business University, Berlin – London – Paris - Poznań, EU;

**S. Seregina**, independent trainer and consultant, Netherlands;

**M. Stych**, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska;

**A. Tsimayeu**, PhD, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, Belarus.

**Recenzenci:**

**L. Nechaeva**, PhD, Instytut PNPU im. K.D. Ushinskogo, Ukraina;

**M. Ордынская**, профессор, Южный федеральный университет, Россия.

**КОМПЛЕКСНЫЕ МЕРЫ ПОВЫШЕНИЯ  
КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ,  
ОКАЗЫВАЕМЫХ РОСРЕЕСТРОМ, И УЛУЧШЕНИЯ РАБОТЫ  
ВЕДОМСТВА В СФЕРЕ КАДАСТРОВОГО УЧЁТА**  
Дубовкин К.О., Киселева Н.А.....6

**ПРИОРИТЕТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ  
В МОСКОВСКОМ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОМ  
УНИВЕРСИТЕТЕ**  
Исаева С., Okulicz-Kozaryna T. .... 10

**ЩОДО ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КРИЗАМИ  
НА РІВНІ МІСТА НА ЗАСАДАХ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ**  
Храмцова І. В. .... 13

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО  
ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ**  
Марченко О.А. .... 18

**РОЛЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ  
У СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО УКРАЇНИ**  
Дзюрах Ю.М. .... 22

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМИ  
ВОДОДЕФІЦИТУ**  
Мандзик В. М. .... 25

**СООТНОШЕНИЕ ТИПА И ФОРМЫ ГОСУДАРСТВА**  
Енсаев И. Ш. .... 28

**ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИЛУЧЕННЯ ПОСВІДЧЕННЯ НА ПРАВО  
КЕРУВАННЯ ТРАНСПОРТНИМ ЗАСОБОМ, ВІДПОВІДНО  
ДО СТАТТІ 265-1 КОДЕКСУ ПРО АДМІНІСТРАТИВНІ  
ПРАВООПОРУШЕННЯ УКРАЇНИ**  
Павлович-Сенета Я.П. .... 31

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

---

**Марченко О.А.**

доктор економічних наук, професор кафедри економіки, управління та адміністрування Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

---

**Ключові слова:** туризм, туристичний ринок, функціонування, туристичні послуги, структура, попит, конкурентоспроможність.

**Key words:** tourism, tourist market, functioning, travel services, structure, demand, competitiveness.

Туризм є явищем суспільного життя, яке виникло на певному етапі розвитку людської цивілізації, детерміноване рівнем соціально-економічного розвитку країн та умовами життя населення. Туризм, як суспільний феномен, підвладний дії суспільних законів: закону вартості, закону неухильного росту продуктивності суспільної праці, закону суспільного поділу праці, закону постійного зростання людських потреб та іншим. Зокрема, закон зростання потреб населення спричинив появу туризму як суспільного явища, що виникло на певному етапі розвитку людства.

Цей закон, реалізований в обсягах та структурі туристичного спо-

живання, є основою динамічності та диверсифікації туристичного ринку, територіальної диференціації споживання туристичних послуг. Закон суспільного поділу праці лежить в самій основі виокремлення туристичної діяльності як галузі послуг, що в подальшому знайшло відображення в ускладненні внутрігалузевої структури та зв'язків, у формуванні міжгалузевого комплексу індустрії туризму, який став основою функціонування ринку виробника. Закон економії часу є основою ефективної організації виробництва товарів та послуг у цій галузі, проявляючись не тільки в зростанні продуктивності праці, а й в економії часу, гро-

шей та зусиль на отримання послуги завдяки оптимізації територіальної організації туристичної галузі, раціональній організації виробництва послуг та їх споживання [1].

Закономірності функціонування туризму як об'єкту суспільно-географічного дослідження є частковими проявами дії фундаментальних економічних законів, а геопросторові форми його організації – суспільно-географічних законів і закономірностей. Теоретико-методологічним підґрунтям є системно-процесуальний підхід, який передбачає виявлення властивостей, структури, стійких взаємодій та взаємовідношень між компонентами та елементами ринку туристичних послуг як суспільно-географічної системи, які, створюючи синергетичний ефект, стимулюють його просторово-часовий розвиток [3]. Вихідними положеннями є: а) поняття про туристичний процес як безперервний розвиток споживання туристичних послуг, забезпечений відповідним розвитком міжгалузевого господарського комплексу індустрії туризму; б) розуміння туристичного процесу як геопросторового яви-

ща, властивості якого проявляються в функціонуванні ринку туристичних послуг; в) специфіка формування та функціонування туристичного ринку.

Можливості виходу па туристичний ринок зумовлені багатьма чинниками. У деяких випадках уже природні особливості держави чи регіону або історичні пам'ятки старовини забезпечують певну перевагу над конкурентами. Однак іноді послуг підприємств, які перебувають у сприятливих умовах, виявиться замало, оскільки виїзди і перебування у довільному місці можуть організувати підприємства, які знаходяться за кордоном. Рентний чинник розташування має важливе значення у випадку послуг так званого місцевого значення (наприклад, у готельному бізнесі). Багато фірм, які падають послуги (туристичні агенції, транспортні фірми) не мусять тісно прив'язуватися до конкретної території.

Важливими для виходу на ринок є умови, створені законодавством держави. Сюди входять передумови стабільності економічної системи, законодавство, яке стосується господарської діяльності, політика

концесії на туристичну діяльність, стабільність національної валюти, податкова система, правила паспортного контролю. Беззаперечний вплив на туристичний ринок має характер державної і закордонної конкуренції [2].

Для підприємства, яке має намір презентувати свій продукт на певній території, важливе значення має зовнішня інфраструктура, або комплекс улаштувань та інститутів, необхідних для організації зручних форм відпочинку. Рівень інфраструктури, в особливих випадках, визначає рівень туристичної ренти і тим самим впливає на ціну продукту. Невиражений рівень інфраструктури часто виступає бар'єром напливу туристів. Туристична фірма, яка динамічно розвивається, постійно шукає нових форм переваг і не зупиняється у змаганнях зі суперниками, щоб їх собі забезпечити.

Вихід на ринок для туристичного оператора (гуртовика) та туристичного агента (роздрібника) відносно простий. Це пов'язано зі специфікою посередницьких функцій у реалізації туристичного продукту, який не є власністю дистриб'ютора. Туроператор не купує послуг

від виробника доти, доки агент за них не заплатить. Агент не купує, доки не заплатить кінцевий споживач. Ця процедура є наслідком факту єдності процесу виробництва, обміну та споживання послуг, а реалізують її у місці та часі виявлення попиту. Беручи тільки комісійні від виручки, посередники не зазнають ані збитків від зберігання запасів, ані ризику продажу невдалих покупок, оскільки послуги не виробляють «про запас». Отже, вихід на ринок не вимагає від посередників інвестувати великі фінансові засоби, основні витрати пов'язані з обслуговуванням офісу та витратами на активізацію продажів. Такі обставини полегшують пропозицію туристичного продукту у визначеному проміжку ринку подібно до тих, які вже там є. Отже, у туризмі неважко змінити профіль фірми, а також вийти з ринку й окремих субринків.

Сучасний конкурентоспроможний ринок міжнародних туристичних послуг може оптимально розвиватися за умов формування чіткої концепції його функціонування та регулювання [2]. До основних концептуальних підходів належать: визначення економічної сутності

поняття світового ринку туристичних послуг та його ролі в системі послуг; виділення особливостей міжнародної туристичної діяльності як економічного та соціального явища; розгляд конкуренції у сфері туризму як механізму впливу та регулювання розвитку міжнародного ринку туристичних послуг шляхом використання відповідних стратегій на макро- і мікрорівні; обґрунтування пріоритетних напрямів державної політики в галузі з метою підвищення її конкурентоспроможності; виділення основних шляхів співпраці України з іншими країнами та міжнародними органі-

заціями у сфері туристичного бізнесу; розробка та обґрунтування моделей ефективного функціонування національної туристичної галузі в умовах глобалізації.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: [монографія] - Херсон: Айлант, 2014. – 362 с.
2. William F. Theobald. Global Tourism. Third Edition. / F. William. – Publisher: Butterworth-Heinemann. – 2010. – 588 p.
3. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика: [навч. посіб. для студентів ВНЗ] / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 423 с.