

- субсидировать страховые компании, которые будут заинтересованы в страховании предпринимательских рисков в аграрном секторе, это создаст конкурентную среду среди страховых компаний;

- развивать эффективные продукты страхования, на основе мирового опыта.

В результате принятия вышеизложенных мер, сократятся расходы бюджета по ликвидации последствий рисков, предприниматели научатся управлять риском и преодолевать его негативные последствия, увеличатся поступления в бюджет страны, в результате снижения рисков увеличатся доходы предпринимателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Концепция развития страхового рынка КР
2. Информационный бюллетень по продовольственной безопасности и бедности - Б.: Нацстатком Кырг.Респ., 2014 – 91с.
3. http://www.iamo.de/dok/sr_vol37.pdf
4. <http://www.iamo.de/> Актуальные аспекты страхования в сельском хозяйстве// Р.Бокушева, О.Хайдельбах //DISCUSSION PAPER NO. 57 -2004г.
5. Якубович, В. /Система страхования аграрных рисков в Испании: выводы для Украины [Текст] В. Якубович [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.agroinsurance.com>
6. <http://www.agroinsurance.com> :Зарубежный опыт управления рисками в молочно-продуктовом подкомплексе

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ОДЕССКОМ РЕГИОНЕ

ЯВОРСКАЯ В.В., ШАШЕРО А.Н., КОЛОМИЕЦ Е.В.

Одесский Национальный Университет имени И.И.Мечникова

Annotation: The article describes characteristics of subjects of tourism activities in Ukraine. The prospects of development of tourism in Ukraine and the Odessa region were examined. A brief description of the main types of tourism in the Odessa region was done. It was found that essential condition to the development of tourism in the region is the consolidation of efforts of business, public and regional authorities as well as the development of tourist attraction of all districts of Odessa region, not just the coastal zone.

Keywords: tourism activities, tour operators, travel agents, tourist attraction, coastal zone.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Очень важной составляющей устойчивого социально-экономического развития человечества является туризм. Ведь именно он по объемам производства и доходов занял на рубеже тысячелетий первое место в мировом рейтинге среди областей человеческой деятельности. В контексте рыночного хозяйствования туристическая деятельность является весьма перспективной сферой предпринимательства, особенно в условиях наличия природно-ресурсного потенциала и хорошо развитой сети субъектов туристической деятельности. Украина имеет значительный потенциал в данной сфере, который, недостаточно развит. Существует значительное количество субъектов туристической деятельности, заинтересованных в предоставлении туристических услуг.

Определение таких понятий, как "туристическая деятельность", "субъекты туристической деятельности", "туристические операторы», «туристические агенты" подаются в Законе Украины "О туризме", которым и определены туристические операторы и туристические агенты как субъектов туристической деятельности. Согласно этому закону: «туристические операторы (туроператоры) - юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Украины, для которых исключительной деятельностью является организация и создание туристического продукта, реализация и предоставление туристических услуг, а также посредническая деятельность по предоставлению характерных и сопутствующих услуг и которые в установленном порядке получили лицензию на туроператорскую деятельность. Туристические агенты (турагенты) - юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Украины, а также физические лица - субъекты предпринимательской деятельности, которые осуществляют посредническую деятельность по реализации туристического продукта туроператоров и туристических услуг

других субъектов туристической деятельности, а также посредническую деятельность по реализации характерных и сопутствующих услуг и которые в установленном порядке получили лицензию на турагентскую деятельность»[2].

Организации, которые занимаются формированием и реализацией туров, предоставлением разнообразных туристических услуг, называются туристско-экскурсионными. На практике они могут называться по-разному: туристические фирмы, туристические бюро или агентства, бюро путешествий, экскурсионные бюро и т. д. Но по виду предпринимательской деятельности на туристическом рынке их можно разделить на туристических операторов (туроператор) и туристические агентства (турагент). Термины "туроператор" и "турагент" определяют направление деятельности туристического предприятия.

Туроператор - юридическое или физическое лицо (имеется в виду предприниматель), осуществляющее на основании лицензии деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта [1].

По мнению П. Г. Пуцентейло основными задачами туроператора является - создание тура, подкрепленного программой обслуживания. Программа обслуживания - план мероприятий, направленных на удовлетворение интересов путешествующих, которые определяют назначение и вид тура. По виду деятельности туроператоры могут быть [4]:

- 1) туроператоры массового рынка - продают большое количество турпродукта, сформированного на массовый спрос и заранее определенные места отдыха;
- 2) специализированные туроператоры - это операторы, специализирующиеся на отдельно определенном продукте или сегменте рынка (определенная страна, определенный вид туризма и т.д.).

По месту деятельности туроператоры бывают [1]:

- 1) внутренние операторы - формируют турпродукт для потребления гражданами своей страны в пределах страны;
- 2) выездные операторы - формируют турпродукт для потребления гражданами своей страны за рубежом;
- 3) операторы на приеме - базируются в месте назначения и обслуживают прибывших иностранных туристов.

Туроператор исполняет главную роль в туризме, так как именно он разрабатывает туристические маршруты, наполняет их услугами, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, готовит рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены, передает туры агентам для их последующей реализации.

Турагент в случае необходимости к приобретенного тура добавляет стоимость проезда туристов от места формирования группы до первого на маршруте пункта размещения и от последнего на маршруте пункта размещения к месту формирования группы.

Основная задача турагента или турагентства [5]:

- 1) полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортах, туристических центрах;
- 2) продвижение информации о собственных возможностях с помощью рекламы;
- 3) организация продажи туристического продукта с учетом специфики и особенностей туристического рынка.

С точки зрения специализации, турагентства могут быть многопрофильными, то есть осуществлять комплексное обслуживание различных по запросам клиентов, так и специализированными, специализирующиеся на определенных видах обслуживания (организация деловых, спортивных и других поездок).

Туристическое предприятие может быть одновременно и туроператором, и турагентом. Например, бюро разрабатывает маршруты как туроператор и частично самостоятельно продает их непосредственно потребителю, а большую часть продает турагенту, одновременно как турагент приобретает туры у другого бюро (туроператора) и продает их своим туристам.

Турагенты и туроператоры могут иметь различные формы собственности. Они могут быть частными, государственными, акционерными обществами, но их предпринимательская деятельность и рыночные функции от этого не меняются.

Разница между туроператором и турагентом не только в формировании туристического продукта и его реализации, но и в системе доходов. Очень часто туроператор покупает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристический продукт со своим механизмом ценообразования. В то же время турагент действует как розничный продавец и его прибыль формируется из комиссионных от продажи чужого туристического продукта; турагент реализует туристический продукт (часто и отдельные услуги) по реальным ценам туроператора или производителя услуг.

Разница между туроператором и турагентом также в принадлежности туристического продукта. Туроператор всегда имеет запас туристического продукта для продажи, а турагент заказывает определенный продукт или услугу только тогда, когда клиент проявляет заинтересованность в приобретении.

В целом, как и любая сфера деятельности, операторская и агентская деятельность в туризме требует высокой квалификации и профессионализма, глубоких знаний технологии, маркетинга и рынка [4].

Настоящее время больше, чем раньше, требует от работников туристической сферы знаний, ловкости, эффективности действий, т.е. профессионализма. Формировать и продавать туры - это намного сложнее, чем просто принимать заявки; лучше специализироваться на производстве и реализации высокодоходного и качественного туристического продукта; необходимо постоянно заботиться об обновлении своего продукта через совершенствование услуг, диверсификацию, учет моды и рыночных тенденций. Главной задачей как турагента, так и туроператора является укрепление своего положения на туристическом рынке и получения стабильной прибыли [2].

По состоянию на 2013 год количество субъектов туристической деятельности (юридические лица и физические лица-предприниматели) составила 5692 единицы. Структура сети по видам туристической деятельности представлена самой многочисленной категорией - турагентами - 4289 человек или 75% от общего количества субъектов, наименьшая категория - субъекты, осуществляющие экскурсионную деятельность - 477 человек или 8,4%. Субъекты, осуществляли туристическую деятельность как туроператоры, составляли 945 человек или 33,1% от общего количества юридических лиц, предоставляющих туристические услуги (табл. 1.).

С статистической информации видно, что в 2013 году зарегистрировано 2859 единиц субъектов туристической деятельности среди юридических лиц, среди физических лиц-предпринимателей - 2833 единиц. В субъектах, соответственно выделяются 945 туроператоров, среди физических лиц-предпринимателей этот показатель отсутствует, туроператоры составляют тысяча семьсот девяносто девять единиц юридических лиц и 2 471 единиц физических лиц-предпринимателей. Субъектов, осуществляющих экскурсионную деятельность юридических лиц - 115 единиц, а среди физических лиц -362 единиц.

Среднесписочная численность штатных работников составляет 15,3 тыс. Человек, из них 12,5 тыс. Человек относятся к юридическим лицам. По каким туроператоры составляют 6,6 тыс. Человек, турагенты - 5,3 тыс. Человек, субъекты, осуществляющие экскурсионную деятельность 512 человек.

Таблица1. Субъекты туристической деятельности в 2013 году [23]

	Всего	В том числе		
		Туроператоры	Турагенты	Субъекты которые выполняют туристическую деятельность
Юридические лица				
Количество субъектов туристической деятельности, едениц	2859	945	1799	115
Из них: имеют высшее или среднее специальное образование в отрасли туризма	5923	3071	2678	174
Женщины	8430	4440	3790	200
Лица до 30 лет	4202	2553	1595	54
Доходы от предоставления туристических услуг (без НДС, акцизного налога и аналогичных обязательных платежей), тыс. грн.	6199809,2	5815990,8	344080,5	39737,9
В том числе от экскурсионной деятельности	232845,6	188160,1	5184,9	39500,6
Сумма комиссионных, агентских и других вознаграждений, тыс. грн.	530932,3	206052,1	324874,3	5,9
Физические лица				
Количество субъектов туристической деятельности, едениц	2833	-	2471	362
Среднеучетное количество штатных сотрудников, чел.	2830		2374	456
Из них: имеют высшее или среднее специальное образование в отрасли туризма	1379	-	1176	203
Среднее количество внештатных сотрудников (работающие по договору и внешние совместители), человек	154		77	77
Количество неоплачиваемых сотрудников (собственники, учредители предприятий та члени их семей), человек	1291		1131	160
Доходы от предоставления туристических услуг (без НДС, акцизного налога и аналогичных обязательных платежей), тыс. грн.	296876,6		251442,1	45434,5

Итак, проанализировав данные о количестве и составе субъектов туристической деятельности (юридические лица и физические лица-предприниматели) в Украине за 2013 мы можем сделать выводы, что среди субъектов туристической деятельности выделяются юридические лица и физические лица-предприниматели. В том числе туроператоры, составляют 17% от общего количества, турагенты 75% и субъекты, осуществляющие экскурсионную деятельность 8%.

Проанализировав статистическую информацию можно сделать следующие выводы, что среди субъектов туристической деятельности наибольшее количество приходится на турагентов 75,1% или 4,3 тыс. Человек, 16,5% (945 человек) имеют туроператоры и наименьшее количество составили суб'єкты, осуществляющие экскурсионную деятельность 8,4% (477 человек).

14 сентября 2015 года, создана **Ассоциация развития туризма Одесского региона**, которая объединила более 100 участников туристического рынка.

Целью новой ассоциации станет консолидация усилий бизнеса, общественности и областных властей, а также развитие туристической привлекательности всех районов Одесской области, а не только приморской зоны. «Катализатором создания ассоциации стал этот сезон, который показал нам, что мы не полностью готовы к тем объемам туристов, которые получаем. Были фантастические результаты - на 33% процента пассажиропоток вырос в августе по сравнению с прошлым годом. Нам надо обратить внимание на сопредельные регионы с Одесской областью.

Следует отметить, что у Одессы большой потенциал привлечения новых туристов - на данный момент тут 1 200 ресторанов и отелей, 300 гостиниц, около 80 действующих служб такси и 5 тысяч таксистов, около 100 турагентств, проходит более 200 ежегодных фестивалей.

Сегодня туристическая инфраструктура области насчитывает 1070 объектов туристско-рекреационного и оздоровительного назначения, в том числе 296 гостиниц и аналогичных средств временного размещения и более 300 туроператоров и турагентов, которые создают региональный туристический продукт.

Туристическая инфраструктура области позволяет одновременно разместить свыше 104,0 тысяч туристов и отдыхающих на протяжении всего года. Если летом туристов привлекает отдых на морском побережье то в зимний период Одещина позиционирует себя, как центр делового туризма поскольку с каждым годом увеличивается количество современных гостиничных комплексов с инфраструктурой и оборудованием для проведения бизнес-встреч, конференций и семинаров.

В области насчитывается 22 населенных пункты отнесенных согласно действующего законодательства к курортным населенным пунктам.

Среди природных богатств, которые активно используются в курортно-рекреационной сфере области, важное место занимают лечебные грязи и рапа Куяльницкого, Хаджибейского, Шаболатского и Будакского лиманов, которые дают возможность эффективно лечить заболевания органов кровообращения, нервной системы, опорно-двигательного аппарата, органов дыхания и пищеварения и ряда других заболеваний.

Уникальные Куяльницкие грязи по своим лечебным свойствам признаны эталонными: они содержат комплекс биологически активных веществ, микро- и макроэлементов способствующих снятию воспалительных процессов, стимулированию защитных и восстановительных функций поврежденных органов и систем организма. Природа так распорядилась, что по составу и целебным свойствам такие грязи встречаются в двух местах в мире - это Мертвое море и Куяльницкий лиман.

Туристов традиционно привлекает обзорная экскурсия по исторической части Одессы - живописный Приморский бульвар, знаменитая Потемкинская лестница, известный Одесский театр оперы и балета. Также гости города активно заказывают экскурсию "Бандитская Одесса", которая навеяна рассказами Бабеля и фильмами о городе. Кроме этого туристов интересуют катакомбы и еврейская Одесса. Естественно, приезжих манит Черное море, прогулки на катере. Формируется приморская зона "Большая Одесса", который будет включать в себя кусок от Рыбаковки до Одессы. Ядром будет оставаться Одесса, потому что здесь есть много развлечений, но на пляжи можно ездить в "Затоку, Каролино Бугаз", популярные направления в Одесской области - посещение Белгород-Днестровской крепости, Шабо, Вилково - требуют решения ряда проблем: в первую очередь, плохие дороги региона, а также неразвитость туристической инфраструктуры.

Многие туристы в Одессу и область едут не только за отдыхом на море - в этом направлении цены не очень радуют внутреннего туриста: к сожалению, отдохнуть за границей - в Турции, Египте, Болгарии - не дороже, чем в Одессе, а сервис на порядок выше. Туристов сегодня привлекают винные туры, посещение Вилково, дельты Дуная, манит гостей также и разнообразная одесская кухня, которая в каждом уголке региона может предложить свои особые фишки.

Также набирает обороты популярный во всем мире экологический туризм и наблюдение за птицами, которые для Одесского региона являются очень перспективными, поскольку природа края уникальна.

Следует отметить, что в городе каждый год организовывается множество фестивалей и других ярких культурных и спортивных событий. Традиционно в город съезжаются на 1 апреля на Одесский кинофестиваль, который стартует в этом году 11-18 июля, празднование Дня города 2 сентября, на джаз-фестиваль в сентябре. Одесса живет ярко и ждет гостей. Как подчеркивает Надежда Яшан, одесситы рады всем, ведь регион, в котором проживает свыше 130 представителей различных национальностей, всегда славился толерантным отношением и гостеприимством.

Сложная политическая ситуация, военные действия, "падение" гривны, подорожание стоимости товаров и услуг в условиях "заморозки" зарплат, вопросы небезопасности отдыхающих негативно сказываются на туристической сфере. Вместе с тем фактор девальвации национальной валюты ставит украинцев перед выбором: потратить сбережения на отдых за границей либо же отдохнуть в Украине за гривны. Таким образом, кризис в какой-то степени "играет на руку" отечественному

туризму, давая возможность развивать внутренний туризм в Украине. Очевидно, что в условиях фактической потери Крыма для туроператоров Одесской области выпадает шанс проявить себя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков - Москва-Санкт-Петербург: Невский фонд, 2004. – 132с.
2. Закон України «Про туризм»: за станом на 15 вересня 1995 р. / Верховна Рада України. — Офіц. Вид. — К.: Парлам. вид-во, 1995. - 455 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк Чернівці: Зелена Буковина, 2003. - 300 с.
4. Пуцтейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П. Р. Пуцтейло - Київ: Центр учбової літератури, п - 2007. - 344 с.
5. Цибух В. М. Туризм в Україні / В. М. Цибух // Економічний журнал України, - 2003. - №6. - С. 34-35.

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ЕДИНСТВА И СПЛОЧЕННОСТИ БУДУЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ

БЕРЕНАЛИЕВ Изатбек

Национальный Институт Стратегических Исследований Кыргызской Республики

Abstract. The article reveals the term of religious tourism and its potential for the development of domestic tourism. It also deals with the problems associated with Sacred Mountain Sulayman-Too, the current state of domestic tourists flow between north and south, as well as the attitude of some of the youth to the historical and cultural values. The article considers ways of solutions with active participation of young people for the development of domestic tourism and the organization of events, bringing together young people of all nationalities, different religions and regions of the country.

Key words: domestic tourism, pilgrimage, Sulaiman-Too, young people, cultural education, associations.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

1-О туризме в Кыргызстане.

Как вы знаете, Кыргызстан туристическая страна, но он больше специализируется на приеме гостей из вне. Внутренний туризм слабо развит. Необходимость его развития связано с тем, что основные его потоки ограничены направлением из юга на север, а в летний период - далее все на Иссык-Куль. Но обратное направление, с севера на юг мало развито. Часто оно ограничивается деловым туризмом, когда посещение Оша вызвана деловыми поездками и командировками. Многие кыргызстанцы в частности жители северной части страны, редко посещали г. Ош и южный регион. Семьи организуют ежегодную поездку на Иссык-Куль, но практически не делают туристическую и семейную поездку на юг своей же страны. Например, родители не организывают поездки для ознакомления своих детей историко-культурными и природными ценностями юга, которые изобилуют в регионе.

Теперь если обсудим, вопрос - что может стать предпосылкой развития внутреннего туризма по направлению на юг и какова самая главная достопримечательность его и южной столицы? То, конечно же здесь выступает гора Сулайман-Тоо. Она могла бы стать отличной основой для развития внутреннего туризма и главным привлекательным местом назначения туриста. Некоторые уже называют Сулайман-Тоо «Меккой Кыргызстана» и центром религиозного туризма и паломничества на юге страны.

2-Религиозный туризм в Сулайман-Тоо и его потенциал.

Сам по себе понятие религиозный туризм относительно новое. Оно только недавно было включено Всемирной туристской организацией (ВТО), как один из видов туризма. В широком смысле религиозный туризм – это религиозно-просветительское просвещение туристов, знакомство с религией, воспринимаемой не только с культурологической, но, в первую очередь, с духовной стороной. Посетителей Сулайман-Тоо, еще часто называют паломниками. Что же значит паломничество - это древнейший вид путешествий, известный не одно тысячелетие. До 80% объектов туристского показа являются культовыми, например, в Париже культовые объекты