

О. В. Музиченко-Козловська¹, Р. І. Яворський²
ORCID: ¹ 0000-0002-3519-5448, ² 0000-0002-0973-054X
Національний університет “Львівська політехніка”
Кафедра економіки підприємства та інвестицій

СУТНІСТЬ ПОНЯТЬ “ТУРИЗМ”, “ТУРИСТ” І “ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР”

<https://doi.org/10.23939/smeu2024.01.028>

ã Музиченко-Козловська О. В., Яворський Р. І., 2024

Стаття присвячена дослідженню понять “турист”, “туризм”, “туристична послуга”, “туристичний продукт” та “туристичний кластер”. Здійснено аналіз законодавства України, що регулює туристичні відносини, зокрема щодо визначень сутності понять “туризм”, “турист”, “туристичний продукт” та порівняння їх з трактуванням і розумінням в економічній думці та статистиці. З’ясовано основні ознаки туриста, а саме: фізична особа; час подорожі – від 24 годин до 1 року; мета подорожі не пов’язана з отриманням доходів.

Проведено розмежування між туристичною послугою та туристичним продуктом, досліджено колізію, що виникає з трактуванням поняття “туристичний продукт” та “туристична послуга” у різних науках. Визначено підходи до розуміння поняття “туризм” як явища економіки, місце комерційних підприємств та їх класифікування на такі, що безпосередньо задовольняють потреби туристів, та ті, які опосередковано беруть участь у задоволенні цих потреб. З’ясовано доцільність визначення правової природи та суб’єктний склад туристичної послуги, що впливає на можливі способи захисту порушених прав туриста та правильного визначення особи, яка буде відповідати за неналежне надання послуг: якщо це туристична послуга – суб’єктом відповідальності буде туроператор, якщо інша послуга – відповідний суб’єкт, що надає цю послугу (готель, транспортна компанія, екскурсовод тощо).

У статті досліджено поняття “туризм” через призму кластеризації як комплексного підходу до розуміння цього терміна. Досліджено, що поняття “туризм” як галузь економіки варто розглядати у контексті кластерних об’єднань підприємств та інших суб’єктів, що забезпечують обслуговування туристів.

Запропоновано авторське трактування поняття “туристичний кластер”, а саме: це територіальне об’єднання підприємств, науково-виробничих та фінансових компаній та інших суб’єктів господарювання, що мають вертикальні та горизонтальні взаємозв’язки для досягнення економічних та соціальних ефектів і задоволення потреб туристів.

Ключові слова: туризм; турист; туристична послуга; туристичний продукт; готель; транспортна компанія; відвідувач; закон; кластер; туристичний кластер; підприємство.

Постановка проблеми

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2019 році до початку пандемії було здійснено 1,5 млрд міжнародних туристичних подорожей [1], тобто кожен п’ятий мешканець

планети став міжнародним туристом. За даними Світового банку, витрати міжнародних туристів становили 1,4 трільйона доларів США [2]. Кількість міжнародних туристів у 2022 році становила орієнтовно 900 млн або показує приріст 100 % порівняно з 2021 роком, але поки становить лише 63 % максимумів у 2019 році [3]. Галузь туризму виробляє приблизно 14 % світового ВВП та входить у п'ятірку найприбутковіших галузей світової економіки, а, за даними Світової організації торгівлі, для обслуговування одного іноземного туриста генерується в сукупності приблизно дев'ять робочих місць. Це свідчить про вагомий роль туризму у розвитку економіки країн.

Актуальність дослідження

В економічній науці написано багато праць та зроблено велику кількість досліджень, які стосуються туризму загалом і туристичних кластерів зокрема. Однак актуальним завданням наукового дослідження залишається важливість з'ясування сутності і змісту у законодавчих актах України та в економічній науці таких термінів, як “туризм”, “турист”, “туристична послуга”, “туристичний продукт” та “туристичний кластер”. Адже важливо створювати та надавати туристичні послуги з врахуванням та забезпеченням прав туристів, визначення відповідальних осіб за порушення прав споживачів у туризмі, безпеки подорожі та задоволення туристичних запитів як послуг.

Формулювання мети та завдань статті

Метою статті є дослідження сутності понять “турист”, “туризм”, “туристична послуга” і “туристичний продукт”, “туристичний кластер” як економічних категорій та порівняння їх з термінами, які використовують у законодавстві України, а також з'ясування визначення поняття “туризм” у процесі його кластеризації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблемам, які виникають під час дослідження туристичної діяльності, також туристичному кластеру, присвячена велика кількість праць, зокрема М. П. Мальської, В. С. Мазура та О. В. Галько, О. В. Музиченко-Козловської, Н. С. Андрусяк, С. К. Куна, М. Портера та інших. Проте у роботах науковців та практиків не напрацьовано єдиного, узгодженого визначення понять “туризм”, “турист”, “туристична послуга”, “туристичний продукт” і “туристичний кластер”. Ці категорії вживають в економічній, статистичній та юридичній науках. Їх трактування є різним, як і набір ознак та особливостей.

Зокрема, у статті В. С. Мазура та О. В. Галько [4] наведено таке визначення: “Туристичний кластер – це сукупність підприємницьких структур, органів влади та державних установ, громадських організацій, що функціонують в індустрії туризму та суміжних галузях, що спільно використовують туристські ресурси певного регіону для формування, просування та реалізації його туристського продукту з метою задоволення рекреаційних потреб та підвищення своєї конкурентоспроможності та конкурентоздатності регіональної економіки”. Однак недоцільно долучати у туристичний кластер представників органів влади, оскільки вони не мають права провадити підприємницьку діяльність.

На думку Н. С. Андрусяк, “туристичним кластером є галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств з науковими установами й органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону. Залежно від мети створення кластери можуть мати внутрішню орієнтацію (наприклад, спрямовані на активізацію підприємницької діяльності в галузі чи регіоні, вирішення проблем зайнятості) або експорто орієнтовану спрямованість” [5].

С. К. Куна визначає туристичний кластер як “групу компаній та інститутів, що беруть участь у виробництві турпродукту, сконцентрованих в межах певної території, що мають вертикальні (всередині продуктового ланцюжка індустрії туризму) та горизонтальні взаємозв'язки (чинники, юрисдикція, обмін інформацією між бізнес-структурами, що беруть участь у процесі надання турпродукту)” [6].

Відомий економіст М. Портер дає таке визначення: “Кластер – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов’язаних компаній, спеціалізованих постачальників, підприємств, які надають послуги, фірм в суміжних галузях, а також пов’язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, торгових об’єднань) у певних сферах, які конкурують між собою, але при цьому ведуть спільну діяльність” [7].

У науковій праці О. В. Музиченко-Козловської [8] досліджено, що “туристичний кластер – це територіальне об’єднання підприємств туристичного сектора економіки або суміжних з ним галузей та організацій, які взаємодоповнюють одне одного, зберігаючи право самостійного здійснення своєї поточної і стратегічної господарської політики”.

Проте виникає сумнів щодо доцільності долучення в туристичний кластер представників органів влади, адже вони не мають права за законодавством провадити підприємницьку діяльність чи здійснювати вплив на підприємців. Однак потрібна підтримка від держави як законів та законодавчих актів, що б полегшували діяльність таких об’єднань, як туристичний кластер.

Виклад основного матеріалу

Відповідно до ст. 1 Закону України “Про туризм”, “турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов’язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін” [9]. Виходячи з законодавчого визначення, можна виділити такі ознаки, за якими можемо з’ясувати сутність поняття “турист”:

1. Фізична особа.
2. Час подорожі – від 24 годин до 1 року.
3. Мета подорожі не пов’язана з отриманням доходів.

Ці ознаки, що наведені у визначенні категорії “турист”, введені для розрізнення та виділення з-поміж інших категорій осіб, зокрема трудових мігрантів, що на постійно покидають місце свого проживання, та з метою отримання доходів у місці перебування або біженців, які покидають своє місце перебування через об’єктивні обставини.

Визначення понять “турист”, “іммігрант”, “біженець” має низку особливостей та обмежень. Зокрема, турист не має права на працю та державне медичне обслуговування чи освіту, на відміну від іммігрантів чи біженців, у яких таке право забезпечено.

Також турист не є особою, що має сплачувати податки в країні перебування, зокрема податок на додану вартість, що впливає з того факту, що мандрівник не отримує статусу мешканця, який постійно проживає на території певної держави. На практиці країни обмежують перебування туристів у своїх межах упродовж 90 днів у 180-денному періоді (як це є в країнах Європейського Союзу) чи 180 днів упродовж 365 днів (1 року) – в інших країнах. Кількість днів перебування туриста в конкретній державі впливає на його правовий статус резидента чи нерезидента. Наприклад, в Україні, відповідно до Податкового кодексу України (п. 14.1.213): “У разі, якщо фізична особа має місце проживання також в іноземній державі, вона вважається резидентом, якщо така особа має місце постійного проживання в Україні; якщо особа має місце постійного проживання також в іноземній державі, вона вважається резидентом, якщо має більш тісні особисті чи економічні зв’язки (центр життєвих інтересів) в Україні. У разі якщо державу, в якій фізична особа має центр життєвих інтересів, не можна визначити, або якщо фізична особа не має місця постійного проживання у жодній з держав, вона вважається резидентом, якщо перебуває в Україні не менше 183 днів (включаючи день приїзду та від’їзду) протягом періоду або періодів податкового року” [10].

Якщо звернути увагу на поняття “туристична послуга”, що дається в ст. 20 закону України “Про туризм” через визначення договору на туристичне обслуговування: “За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов’язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов’язується оплатити його” [9], то суб’єктом надання

туристичних послуг є завжди туристичний оператор (з юридичного трактування), а фактично послугу надають безпосередні надавачі – готелі, транспортні компанії, екскурсійні бюро, гіді, перевізники, музеї тощо). Також, виходячи з визначення, туристичною послугою є завжди поєднання щонайменше двох елементів: проживання та перевезення, проживання та екскурсійні послуги, перевезення та екскурсійні послуги. Якщо вважати туристичною послугою тільки одиничну послугу, наприклад, готельну послугу чи послугу перевезення, то таким способом неможливо належно відокремити туристичну послугу від інших подібних. Важливість розв’язання цієї проблеми полягає в тому, що правильність визначення правової природи та суб’єктний склад впливає на можливі способи захисту порушених прав туриста та правильного визначення особи, що буде відповідати за неналежне надання послуг: якщо це туристична послуга – суб’єктом відповідальності буде туроператор, якщо інша послуга – відповідний суб’єкт, що надає цю послугу (готель, транспортна компанія, екскурсовод тощо).

У Законі України “Про туризм” також наведено визначення сутності поняття “туристичний продукт”: “Це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов’язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об’єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)” [9]. Тобто законодавець, пропонуючи таке визначення поняття “туристичний продукт”, виходив з тих міркувань, що суб’єкт туристичної діяльності (туроператор) заздалегідь розробляє комплекс туристичних послуг та пропонує його туристам за визначену ціну, так званий “туристичний пакет”. Проте у законодавстві України не застосовують такий об’єкт, як “продукт”, на відміну від економічного поняття. Адже, відповідно до ч.1 ст.177 Цивільного кодексу України: “Об’єктами цивільних прав є речі, у тому числі гроші та цінні папери, інше майно, майнові права, результати робіт, послуги, результати інтелектуальної, творчої діяльності, інформація, а також інші матеріальні і нематеріальні блага”. Очевидно, що вживання поняття “туристичний продукт” пропонується в законі з економічного погляду, за яким “продукт” – це речовий або інтелектуальний результат людської праці, це результат діяльності певного суб’єкта господарювання, об’єднаного в певну логічну структуру, та пропонується до продажу на ринку” [11].

Отже, сутність понять “турист” та “туристична послуга” розглядається з позиції туриста, тобто особи, що здійснює подорож, суб’єкта, що надає послуги – туроператора (виступає стороною договору), правового статусу туриста, його гарантій та гарантії, що надаються йому як туристу, зокрема статус туриста відповідно до міжнародних договорів та національного законодавства (Конституція України, Цивільний кодекс та Закону України “Про захист прав споживачів”).

На окрему увагу заслуговує дослідження поняття “турист” у статистиці. Основним актом, що регулює статистичну діяльність у туризмі, є “Рекомендації зі статистики туризму” [12], видані UNWTO, та національний акт, який виданий на підставі “Рекомендацій зі статистики туризму”: Наказ Державної туристичної адміністрації України “Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності” [13]. У цих документах наведено перелік основних підходів до визначення обсягу туристичної діяльності регіонів, міст, країн. Зокрема, туристів називають “відвідувач”, і цей відвідувач має здійснити принаймні одну ночівлю у певному регіоні, місті чи країні. Внаслідок цього часто фігурує позиція, що “турист є особа, що здійснює принаймні одну ночівлю”. Проте ототожнення понять “відвідувач” та “турист” має значення лише для ведення статистики відвідувань певного регіону чи міста, але правовий статус особи “відвідувача” не матиме значення, чи місцева туристична адміністрація буде вважати його “відвідувачем” чи ні. Його статус “туриста” виникає з моменту, коли він залишив своє місце постійного проживання на більше ніж 24 години не з метою отримання прибутку.

Яскравими прикладами можуть бути відвідування мінікраїн: Монако, Ліхтенштейн, Андора, де подорожувальники переважно приїжджають на день відвідати місто та не ночують там, відповідно не потрапляють в статистику туризму як відвідувачі. Також яскравим прикладом є місто

Аннмасс (Франція), яке розташоване поряд із Женевою (Швейцарія). Місто має 37 тис. населення, приймає велику кількість мешканців у готелях, які, нічого крім ночівлі в готелі не споживають, оскільки їхньою основною метою є відвідування Женеви, яка розташована за 5 км від міста, або Швейцарії загалом, оскільки вартість перебування в готелі в цій країні набагато дорожча ніж у сусідніх країнах. Отож “відвідувачів” у м. Аннмасс набагато більше, ніж фактично кількість “відвідувачів” у Женеві. Також у цих законодавчих актах не вважають “відвідувачами” (туристами), і це часто плутається, пасажирів круїзних лайнерів, що здійснюють одноденну зупинку в містах маршруту круїзу. Хоча водночас рекомендує вважати такими “відвідувачами” в країні та місті початку круїзної подорожі.

Очевидно, що ці поняття були введені з погляду статистики для міста-регіону-країни, а не для визначення статусу туриста як правової чи економічної категорії. Доцільно чітко розмежовувати поняття “турист” в юридичному та економічному розумінні від статистичної одиниці “відвідувач”.

Якщо розглядати туризм з економічного погляду, то це комплексна галузь економіки, яка охоплює велику кількість підприємств, у секторі туризму працює значний відсоток трудових ресурсів країни, зважаючи, що до її діяльності долучається приблизно 50 інших, суміжних сфер господарства. Особливо відчутний вплив на зайнятість мали карантинні заходи, спричинені розповсюдженням пандемії COVID-19, оскільки, окрім туристичних підприємств, готелів, ресторанів та музеїв, величезний спад діяльності спостерігався в авіаперевезеннях, продукції алкогольних компаній, одягу, страхування, вирощування та виготовлення продукції преміумсегментів тощо.

На думку М. І. Кабушкіна: “Туризм – галузь економіки, яка включає в себе діяльність туристичних організаторів, агентів та посередників” [14]. Такої “теорії генерального туризму” дотримуються як українські, так і закордонні науковці, суть якої зводиться до ототожнення понять “туризм” як діяльність специфічних суб’єктів (туроператорів) та специфічного суб’єкта, що його споживає – туриста.

Подібне трактування міститься у Законі України “Про туризм”, як було зазначено вище, де основне місце надано поняттям “турист”, “туристична послуга”, “туристичний оператор”.

М. П. Мальська та В. В. Худо визначають “туризм як різновид рекреації, один із видів активного відпочинку, що відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається динамічному відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю” [15].

У наведених вище трактуваннях поняття “туризм” розглядається зі споживчого погляду туриста. Оскільки складником туризму як виду економічної діяльності є послуга, а особливістю послуги є те, що корисний ефект отримується в процесі надання самої послуги, немає уречевленого результату та послуга нерозривно пов’язана з особою, яка споживає послугу та особою, що надає ці послуги.

Додатковим аргументом про те, що в цих визначеннях поняття “туризм” є занадто звуженим та однобоким, є той факт, що туроператор (організатор подорожей і один із суб’єктів у туризмі поряд з туристом) є особою, яка має отримати ліцензію на здійснення туроператорської діяльності. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів “Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності” [16], де зазначено, що туроператорська діяльність є виключним видом діяльності. Тобто, згідно з теорією “генерального туризму” та позицій законодавця, суб’єктом надання туристичних послуг є особа, яка безпосередньо такі послуги не надає, а суть останнього зводиться до посередницьких та організаторських функцій.

До поняття “туризм” доцільно відносити не тільки діяльність організаторів та посередників, що забезпечують та стимулюють фізичних осіб до проведення часу поза місцем свого постійного проживання (туристичні оператори, туристичні агенти тощо), а також і суб’єктів, що безпосередньо надають послуги та задовольняють потреби цих туристів (транспортні компанії, готелі, заклади харчування, екскурсійні місцеві бюро, гіді, перекладачі, сувенірні магазини, культурні заклади, музеї та інші атракції відповідного туристичного регіону).

Ще однією проблемою визначення елементів поняття “туризм” як економічного явища є визначення суб’єктів економічної діяльності, що належать чи не належать до туристичних. Наприклад, якщо такі підприємства, як готелі, музеї, чартерні авіакомпанії, визначні природні пам’ятки можна зарахувати до суто туристичних елементів, то такі підприємства, як ресторани, магазини, виробництво та вирощування продукції, робота міського та міжміського транспорту – до змішаних суб’єктів, оскільки їхніми послугами користуються також і місцеві мешканці та інші особи, що не є туристами.

На думку Т. Кукліної та В. Зайцевої, які є прихильниками економічного підходу, “Туризм – це особливий вид споживання туристами матеріальних благ, послуг і товарів, який виділяється в окрему сферу господарства, що забезпечує туриста всім необхідним: транспортними засобами, об’єктами харчування, розміщення, культурно-побутовими послугами, розважальними заходами” [17]. Подібної думки дотримується і М. П. Бондаренко: “Індустрія туризму – це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких, прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів” [18].

Сутність поняття “туризм” можна з’ясувати через категорію “туристична послуга” та “туристичний продукт”. У Законі України “Про туризм” зазначено, що “туристичні послуги – це послуги суб’єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів”; а також “туристичний продукт – комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі” [1].

Важливою відмінністю туристичного продукту від туристичної послуги є те, що окрема туристична послуга може задовольнити тільки якусь конкретну потребу туриста, а не комплекс його запитів. Тому виникає об’єктивна неодмінність об’єднання всіляких за призначенням туристичних послуг у єдиний комплекс, який прийнято називати туристичним продуктом. Отже, туристична послуга становить доцільну діяльність із задоволення якої-небудь потреби туриста.

Таку думку поділяє В. Ю. Світлична, яка пропонує таке визначення: “Туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів (приклад: розміщення, харчування, транспортування, екскурсії, побутові послуги, культурно-видовищні заходи, спортивні, рекреаційно-оздоровчі послуги тощо)” [19].

Отож поняття “туризм” як галузь економіки варто розглядати у контексті кластерних об’єднань підприємств та інших суб’єктів, що забезпечують обслуговування туристів. Адже щоб задовольнити всі потреби туриста, які пов’язані з подорожжю, найкраще об’єднати діяльність тих підприємств та інших суб’єктів господарювання, які їх надають. Таким об’єднанням підприємств доцільно обрати туристичний кластер.

Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі успішно реалізовується в таких країнах, як Італія, Угорщина, Франція, Ірландія, Норвегія, Польща, Естонія та інші країни.

На відміну від виробничих кластерів, у туристичному кластері для досягнення мети (задоволення потреб туристів) залучають велику кількість підприємств різних галузей економіки, а також для обслуговування тих підприємств, що надають саме туристичні послуги тощо. Ізольована діяльність кожного підприємства не дає повною мірою задовольнити потреби туристів.

Доцільність об’єднання підприємств суміжних галузей у туристичний кластер зумовлена можливістю отримання додаткових ефектів у діяльності його учасників та досягнення цілей, які складно реалізувати кожному суб’єкту господарювання окремо.

Організування та діяльність туристичного кластера має такі переваги [20]:

- інноваційність кластерної моделі полягає у застосуванні нових організаційних структур на відміну від чинних досі, коли запроваджувались нові технології чи продукти для підвищення конкурентоздатності;

- учасники туристичного кластера можуть досягати більшого, синергічного ефекту, ніж під час самостійної діяльності;

- завдяки своїй інноваційній сутності туристичний кластер може забезпечити конкурентні переваги регіону, де він функціонує;
- основною перевагою туристичного кластера є можливість використання природно-ресурсного потенціалу місцевості, в межах якої він створений;
- прибуток у такому об'єднанні може розподілятися між учасниками відповідно до суми вкладеного капіталу.

Кластеризація туризму та туристичної індустрії дає низку позитивних ефектів:

- сприяють прискореному розвитку бізнесу в регіоні;
- дають змогу підвищити якісь наданих послуг за допомогою навчання та внутрішньої конкуренції між суб'єктами, що надають однорідні послуги;
- полегшують налагодження взаємозв'язків між підприємствами-учасниками кластера;
- покращують дистрибуцію туристів між учасниками кластера;
- дає змогу здійснювати взаємне контролювання діяльності підприємств-учасників туристичного кластера;
- сприяє зменшенню адміністративних витрат, витрат на збут, рекламу тощо.

Дослідження поняття “туризм”, з погляду кластеризації, дає змогу повніше окреслити взаємовідносини тих суб'єктів, що задіяні у формуванні туристичної галузі економіки, що є предметом дослідження.

Висновки

Внаслідок проведеного дослідження з'ясовано:

1. Ознаки, яким має відповідати особа, яка вважається туристом, фізична особа; час подорожі – від 24 годин до 1 року; мета подорожі не пов'язана з отриманням доходів.
2. З'ясовано сутність поняття “туризм” в економічній науці, а саме: туризм з економічного погляду – це комплексна галузь економіки, що містить велику кількість підприємств, у секторі туризму працює значний відсоток трудових ресурсів країни, зважаючи, що вона охоплює у своїй діяльності до 50 інших, суміжних сфер господарства.
3. Поняття “туризм” як галузь економіки варто розглядати у контексті кластерних об'єднань підприємств та інших суб'єктів, що забезпечують обслуговування туристів.
4. Досліджено проблему визначення категорії “турист” та “відвідувач” у статистиці на підставі “Рекомендацій зі статистики туризму 2008 року”.
5. Досліджено поняття “туристична послуга” у законодавстві України та економічних дослідженнях. Зроблено аналіз про вузьке трактування цього поняття у Законі України “Про туризм” та зроблено висновок про потребу розширення поняття “туристична послуга” з економічного погляду.
6. Досліджено суб'єктний склад цього явища та зроблено класифікацію суб'єктів на тих, що безпосередньо здійснюють туристичну діяльність та забезпечують задоволення потреб туристів, та на тих, що опосередковано залучені в задоволенні таких потреб або забезпечують функціонування суб'єктів, що безпосередньо надають туристичні послуги.
7. Туризм – це комплексна галузь економіки, яка пов'язана з проведенням часу особами поза місцем свого постійного проживання та охоплює, крім підприємств, що безпосередньо надають послуги туристам (туроператори, туристичні агентства, заклади розміщення, музеї тощо), також низку підприємств, що опосередковано задовольняють послуги туристів.
8. Доведено доцільність дослідження поняття “туризм” з погляду кластеризації галузі, оскільки “туризм” є явищем комплексним і розглядати його ізольовано недоцільно.
9. Туристичний кластер – це територіальне об'єднання підприємств, науково-виробничих, фінансових компаній тощо, що мають вертикальні та горизонтальні взаємозв'язки і мають на меті досягнення економічних та соціальних ефектів і задоволення потреб туристів.

Перспективи подальших досліджень

В подальших дослідженнях доцільно дослідити фактори, які впливають на формування туристичного кластера.

Список літератури

1. Всесвітня туристична організація: URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1> (дата звернення: 15.05.2023 р.)
2. Світовий Банк: URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD> (дата звернення: 15.05.2023 р.)
3. Всесвітня туристична організація: URL: [tps://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023](https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023) (дата звернення: 15.05.2023 р.)
4. Мазур В. С., Галько О. В. Туристичний кластер – інструмент регіонального розвитку та економічного зростання. *Стратегія економічного розвитку України*. Т. 50, 2022. DOI: 10.33111/sedu.2022.50.134.149
5. Андрусак Н. С. Рекреаційно-туристичні кластери як ефективний інструмент міжрегіональної та міжнародної співпраці. *Географія та туризм*. 2014. Випуск 28. С. 75–86.
6. Cunha S. K., Cunha J. C. Tourism cluster competitiveness and sustainability proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. *II BAR*. 2005. No. 2 (2). art. 4. P. 47–62.
7. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей та конкурентів; пер. з англ. А. Олійник. К.: Видавництво “Вільямс”, 2013. 460 с.
8. Музиченко-Козловська О. В. Механізм започаткування та функціонування туристичного кластера // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Логістика*. Львів: Вид-во НУ ЛП, 2006. № 552. С. 267, 273.
9. Закон України “Про туризм”: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (дата звернення: 01.06.2023 р.)
10. Податковий кодекс України: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 01.06.2023 р.)
11. Цивільний кодекс України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 1.06.2023 р.)
12. Міжнародні рекомендації зі статистики туризму: Всесвітня туристична організація: URL: [https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/IRTS%202008%20Compilation%20Guide%20\(R\).pdf](https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/IRTS%202008%20Compilation%20Guide%20(R).pdf) (дата звернення: 01.06.2023 р.)
13. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державний комітет статистики України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03#Text> (дата звернення: 15.05.2023 р.)
14. Кабушкін Н. І. Менеджмент туризму: підручник. Мінськ: Нове знання, 2002. 409 с.: URL: <https://infotour.in.ua/kabushkin.htm>
15. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 424 с.
16. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 року № 991: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 15.05.2023 р.)
17. Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. Вип. 2 (12): URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eui_2014_2_36.pdf
18. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис*. № 3–4, 2012: URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48229/06-Bondarenko.pdf?sequence=1>
19. Світлична В. Ю., Александрова С. А. Економіка туризму: підручник. Харків: ХНУМГ ім. Бекетова, 2022. 167 с.
20. Музиченко-Козловська О. В. Переваги кластерної моделі розвитку туризму над іншими формами об’єднань. *Проблеми науки*. 2009. № 3. С. 21–26.

References

1. World Tourism Organization. Retrieved from: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1> (access date: 15.05.23).
2. The World Bank: Retrieved from: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD> (access date: 15.05.23).
3. World Tourism Organization: Retrieved from: [tps://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023](https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023) (access date: 15.05.2023).
4. Mazur, V. S. & Galko, O. V. (2022). Turystychnyi klaster – instrument rehionalnoho rozvytku ta ekonomichnoho zrostantia [Tourist cluster is a tool of regional development and economic growth]. *Strategy of economic development of Ukraine*. Vol. 50. DOI: 10.33111/sedu.2022.50.134.149 [In Ukrainian].
5. Andrusiak, N. S. (2014). Rekreatsiino-turystychni klastery yak efektyvnyi instrument mizhrehionalnoi ta mizhnarodnoi spivpratsi [Recreational and touristic clusters as an effective tool of interregional and international cooperation]. *Geography and tourism*. Issue 28. P. 75–86. [In Ukrainian].
6. Cunha, S. K. & Cunha, J. C. (2005). Tourism cluster competitiveness and sustainability proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. No. 2 (2). Art. 4. P. 47–62. [In English].
7. Porter, M. (2013). Konkurentna stratehiia. Tekhniky analizu haluzei ta konkurentiv [Competitive strategy. Industry and competitor analysis techniques]; trans. from English A. oilman. K.: “Williams” Publishing House. 460 p. [In Ukrainian].
8. Muzychenko-Kozlovska, O. V. (2006). Mekhanizm zapochatkuvannia ta funktsionuvannia turystychnoho klastera [The mechanism of starting and functioning of a tourist cluster]. *Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Logistics*. Lviv: Publishing House of NU LP. No. 552. P. 267, 273 [In Ukrainian].
9. Law of Ukraine “On Tourism”: Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (access date: 1.06.23).
10. Tax Code of Ukraine. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (access date: 01.06.23).
11. Civil Code of Ukraine Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (access date: 01.06.23).
12. International guidelines for tourism statistics: World Tourism Organization: Retrieved from: [https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/IRTS%202008%20Compilation%20Guide%20\(R\).pdf](https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/IRTS%202008%20Compilation%20Guide%20(R).pdf) (access date: 01.06.23).
13. On the approval of the Methodology for calculating the volumes of tourist activity: Order of the State Tourism Administration of Ukraine, State Statistics Committee of Ukraine: Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03> (access date: 15.05.23).
14. Kabushkin, N. I. (2002). Menedzhment turyzmu: pidruchnyk [Tourism management: a textbook] Minsk: New Knowledge. 409 p. [In Ukrainian].
15. Malska, M. P. & Hudo, V. V. (2007). Turystychnyi biznes: teoriia ta praktyka: navchalnyi posibnyk [Tourist business: theory and practice: study guide]. K.: Center of Educational Literature. 424 p. [In Ukrainian].
16. On the approval of the Licensing conditions for conducting tour operator activities: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated November 11, 2015. No. 991: Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text> (access date: 15.05.23).
17. Kuklina, T. S. & Zaitseva, V. M. (2014). Suchasnyi stan rozvytku turyzmu v Ukraini [The current state of tourism development in Ukraine]. *Economy. Management. Innovations*. Issue. 2 (12): Retrieved from http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eui_2014_2_36.pdf [In Ukrainian].
18. Bondarenko, M. P. (2012). Teoretychni zasady rozvytku industrii turyzmu [Theoretical foundations of the development of the tourism industry]. *Economic journal*. Vol. 3–4. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48229/06-Bondarenko.pdf?sequence=1> [In Ukrainian].
19. Svitlichna, V. Yu. & Aleksandrova, S. A. (2022). Ekonomika turyzmu: pidruchnyk [Economics of tourism: a textbook]. Kharkiv: XNUMX named after Beketova. 167 p. [In Ukrainian].
20. Muzychenko-Kozlovska, O. V. (2009). Perevahy klasternoi modeli rozvytku turyzmu nad inshymy formamy obiednan [Advantages of the cluster model of tourism development over other forms of associations]. *Problems of science*. Vol. 3. P. 21–26. [In Ukrainian].

THE ESSENCE OF THE CONCEPTS OF TOURISM, TOURIST AND TOURIST CLUSTER

ã Muzychenko-Kozlovska O. V., Yavorsky R. I., 2024

The article is devoted to the study of the concept’s “tourist”, “tourism”, “tourist service”, “tourist product” and “tourist cluster”. The analysis of the legislation of Ukraine, which regulates tourist relations, was carried out, in particular, regarding the definition of the essence of the concepts “tourism”, “tourist”, “tourist product” and their comparison with the interpretation and understanding in economic thought and statistics. The main characteristics of a tourist have been clarified, namely: physical person; travel time – from 24 hours to 1 year; the purpose of the trip is not related to earning income.

A distinction is made between tourist service and tourist product, the collision that arises with the interpretation of the concepts of “tourist product” and “tourist service” in various sciences is investigated. Approaches to understanding the concept of “tourism” as an economic phenomenon, a place of commercial enterprises and their classification into those that directly satisfy the needs of tourists and those that indirectly take part in satisfying these needs are defined. The expediency of determining the legal nature and subject composition of the tourist service, which affects the possible ways of protecting the violated rights of the tourist and the correct identification of the person who will be responsible for the improper provision of services, has been clarified: if it is a tourist service, the subject of responsibility will be the tour operator, if it is another service, the relevant entity providing this service (hotel, transport company, tour guide, etc.).

The article examines the concept of “tourism” through the prism of clustering as the most comprehensive approach to understanding this term. It has been studied that the concept of “tourism” as a branch of the economy should be considered in the context of cluster associations of enterprises and other entities that provide services to tourists.

The author’s interpretation of the concept of “tourist cluster” is proposed, namely: it is a territorial association of enterprises, research, production and financial companies and other business entities that have vertical and horizontal relationships with the aim of achieving economic and social effects and satisfaction needs of tourists.

Keywords: tourism; tourist; tourist service; tourist product; hotel; transport company; visitor; law; cluster; tourist cluster; enterprise.