

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто проблеми та особливості функціонування рекреаційно-туристичного ринку в Україні. На основі аналізу визначено шляхи щодо вдосконалення функціонування рекреаційно-туристичного ринку.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы и особенности функционирования рекреационно-туристического рынка в Украине. На основе анализа определены пути совершенствования функционирования рекреационно-туристического рынка.

Постановка проблеми у загальному вигляді полягає в наступному: при наявності низки передумов в Україні щодо підвищення конкурентоспроможності в сфері туризму та рекреації на сучасному етапі відсутній ефективний механізм щодо функціонування даного ринку, спрямований на задоволення потреб споживачів.

Міжнародна практика довела, що рекреація та туризм є галуззю, яка за темпами розвитку випереджає всі інші види економічної діяльності. Сьогодні, визначаючи рівень розвитку тієї чи іншої країни, обов'язково показують частку туризму у відповідній національній економіці міжнародної торгівлі. Тому кожна країна прагне до розвитку власної індустрії рекреації й туризму. Туристичний бізнес у більшості країн світу є привабливим і прибутковим. В Україні, згідно закону "Про туризм" економічна діяльність у сфері туризму визначена як одна з пріоритетних галузей національної економіки і культури.

Досліджено, що Україна займає одне з помітних місць у світі щодо наявності унікальних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів. Нині туристичною діяльністю в Україні займається понад 1,5 тис. підприємств, на яких працює майже 100 тис. чол. Для обслуговування туристичних потоків задіяно більше 3 тис. лікувально-оздоровчих закладів, майже 1,5 тис.

туристичних баз, готелів, мотелів і кемпінгів різних форм власності. За оцінками фахівців, Україна може приймати до 10 млн. туристів на рік [1, с.3].

Заслужує на увагу той факт, що Україна має всі передумови для підвищення конкурентоспроможності в цій сфері. Серед них треба виділити наступні: вигідне географічне положення; розвинута транспортна інфраструктура; значний науково-технічний потенціал; наявність висококваліфікованих кадрів. Туристична галузь в Україні формується за рахунок трьох складових: виїзний (зарубіжний) туризм; внутрішній туризм; в'їзний (іноземний) туризм. Виїзному туризму належить частка 41% від загальної кількості туристів. Українці подорожують за кордон із службовою метою, як приватні туристи та в організовані тури. Сьогодні туристична Україна – це більше 3 тис. оздоровчих закладів, приблизно 1,5 тис. готелів, 20 тис. місць для прийому туристів по першому та 40 тис. – по туристичному класу. Це більш 150 тис. пам'ятників культури, природи та історії, 39 міст, вік яких понад тисячу років. Україна має прекрасні курорти [2, с.8].

Поряд з позитивними фактами, у діяльності туристичної галузі є багато проблем, що стримують її розвиток. Серед них найважливішими є:

- відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном;
- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;
- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- різновідомча підпорядкованість туризму та санаторно-курортного комплексу;
- недоліки в системі регіонального управління;
- проблема тіньової економіки;
- необхідність передання частини повноважень органам місцевого самоврядування.

Аналіз літературних джерел, особливо праць В.Ф. Семенова і М.Д.

Балджи [1-3, 5], свідчить про те, що проблема щодо механізму ефективного функціонування рекреаційно-туристичного ринку є актуальною та повністю не вирішена.

Тому **метою** даної статті є дослідження основних аспектів функціонування рекреаційно-туристичного ринку в цілях підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на наявність сприятливих умов для розвитку туризму, його динаміка, навіть у такому регіоні як Одеська область, адекватна динаміці будь-якої пересічної галузі. Туристичні послуги в цьому регіоні, як і в інших, у більшості своїй пропонується "на виїзд", а послуги "на в'їзд" дуже обмежені через сезонний характер, нерозвинутість інфраструктури, невисокий рівень якості сервісу. З огляду на специфіку Одеського регіону, необхідно приділяти пильну увагу більш ефективному використанню існуючих туристично-рекреаційних і курортно-оздоровчих можливостей області, а саме: подальшому розвитку круїзного (морського й річкового) туризму, розвитку яхтінгу, створенню умов для розвитку туризму на острові Зміїний, створенню сучасної інфраструктури, будівництву й реконструкції об'єктів розміщення в українському Придунав'ї, реконструкції й удосконаленню об'єктів розміщення й туристичної інфраструктури в м. Білгород-Дністровський, Іллічівськ і Овідіополь, Южне та ін.

Тому доцільним є вирішення проблеми щодо переорієнтації виїзного туризму на в'їзний та внутрішній, зміни структури послуг, їх якісне вдосконалення. Такі дії дозволяють збільшити надходження іноземного капіталу в регіони, розширити доступ до користування рекреаційно-туристичними послугами населенню країни, залучити іноземні і внутрішні інвестиції в цю галузь.

В умовах кризи, коли дуже високим є психологічне навантаження та обмежена кількість сімейного бюджету може бути виділена на відпочинок, необхідно розвивати місцеві види туризму, які є більш дешевими та можуть

дати поштовх для розвитку, сумісних з туризмом сфер економіки.

Дослідження, які проводяться у регіонах України, демонструють зміни, які відбуваються у сфері рекреації й туризму в процесі інтеграції різних цілей її функціонування: економічних, соціальних, екологічних, оздоровчих, пізнавальних тощо.

Ринок рекреаційно-туристичних послуг - це система господарських зв'язків, де реалізується процес обміну рекреаційно-туристичних послуг на гроші та навпаки. Іншими словами, ринок рекреаційно-туристичних послуг - це сфера прояву економічних відносин між виробниками та споживачами рекреаційно-туристичного продукту. Якщо економічні інтереси виробника та споживача рекреаційно-туристичних послуг співпадають, то має місце акт купівлі - продажу рекреаційно-туристичного продукту [4, с.28].

Рекреаційно-туристичною послугою може вважатися лише комплекс послуг з задоволення різноманітних потреб рекреанта. Рекреаційно-туристичні послуги поділяються на основні, без яких неможливе подорожування (послуги розміщення, харчування, транспортного та екскурсійного забезпечення тощо), додаткові, що сприяють комфортності подорожування (побутові, торгівельні, комунікативні, інформаційні, медичні, спортивно-оздоровчі, культурні тощо) та супутні, які підвищують ефективність і сприяють повній реалізації мети подорожі (сувенірна продукція, облаштування пляжів, реставрація пам'яток тощо). Кожна з основних послуг може виступати рекреаційно-туристичним продуктом, але тільки їх поєднання є рекреаційно-туристичною послугою.

Комплекс рекреаційно-туристичних послуг, благ та товарів, що забезпечує реалізацію мети подорожі є рекреаційно-туристичним продуктом.

Ефективність функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг визначається за допомогою наступних груп показників: соціально - економічного потенціалу рекреації й туризму; виробництва та реалізації рекреаційно-туристичних послуг; розвитку інфраструктури рекреаційно-

туристичних підприємств; показники, що характеризують результати функціонування рекреаційно-туристичного ринку; витрати на виробництво рекреаційно-туристичних послуг; показники соціально-економічної ефективності рекреації й туризму (рис.1).

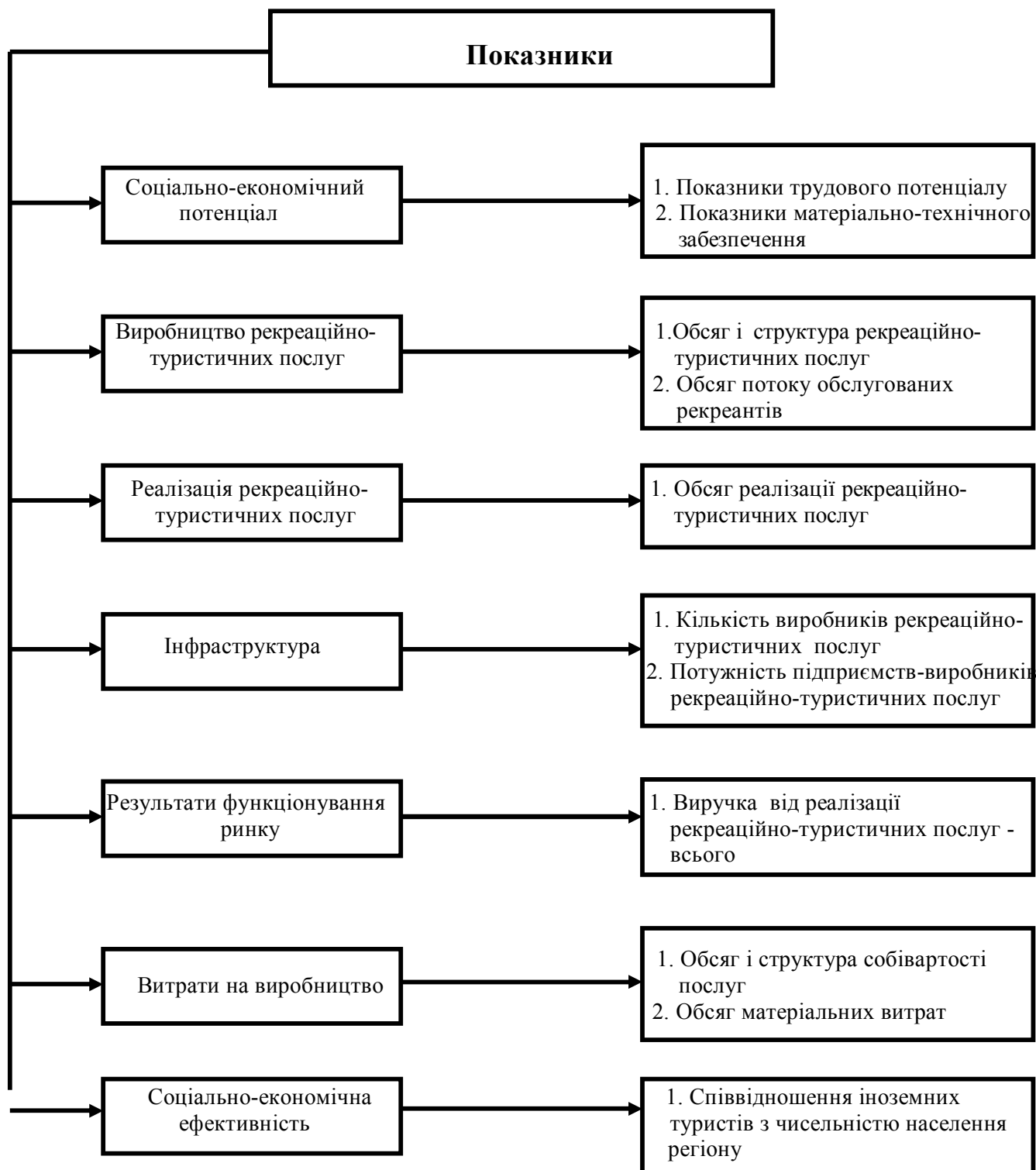


Рис. 1. Система показників ринку туристично- рекреаційних послуг

Ринок рекреаційно-туристичних послуг характеризується місткістю, рівнем збалансованості попиту та пропозиції, умовами реалізації рекреаційно-туристичного продукту.

Виділяють потенційну та реальну місткість рекреаційно-туристичного ринку. Потенційна місткість ринку визначається платоспроможним попитом на даний вид послуг, реальна - кількістю послуг, які були реалізовані у визначеному періоді.

Для розрахунку реальної місткості рекреаційно-туристичного ринку застосовується наступна формула [4, с. 28]:

$$K = P - E + I, \quad (1)$$

де K - реальна місткість ринку;

P - вартість рекреаційно-туристичних послуг;

E - експорт рекреаційно-туристичних послуг;

I - імпорт рекреаційно-туристичних послуг.

Ефективна діяльність регіонального ринку рекреаційно-туристичних послуг можлива лише за умов співпраці комерційних структур різного типу, форм організації та власності, що працюють у сфері рекреації і туризму та місцевої влади, що регулює рекреаційно-туристичну діяльність (рис. 2).

Інструментами економічного регулювання, за допомогою яких регіональні органи управління можуть впливати на розвиток ринку рекреаційно-туристичних послуг, є стимулювання розвитку підприємництва в цій галузі; планування та прогнозування рекреаційно-туристичної діяльності; вдосконалення бюджетно - податкової системи; формування рекреаційно - туристичного ринку, де головними регулюючими факторами будуть попит та пропозиція рекреаційно-туристичних послуг.

Діяльність з використання рекреаційних ресурсів сприяє збільшенню товарообігу й розширенню сфери послуг, що призводить до зростання національного доходу.



Рис.2. Механізм функціонування регіонального ринку рекреаційно-туристичних послуг [6, с.18]

Організація рекреаційно-туристичного бізнесу тісно пов'язана з поняттям ринкової економіки. Це стосується таких ринкових факторів, як системи вільних цін та права власності. Як правило, туристичний бізнес - це приватний бізнес. Тому для його ефективного функціонування важливим є дотримання головних принципів ринкової економіки, а саме: пріоритетності; конкурентності; приватної власності об'єктів; вільного вибору клієнтів і підприємців; державної підтримки.

Структура рекреаційно-туристичного ринку досить складна, що пов'язано з унікальністю товару - у вигляді послуг. До того ж товар частіше за все пропонується через посередників. На ринку рекреаційно-туристичних послуг діють взаємопов'язані організації - від державних, регіональних та суспільних до туркомпаній, турагенцій і туроператорів. Взаємодія цих

підприємств утворює ринкову структуру (рис. 3).

Ринок рекреаційно-туристичних послуг має свої особливості [7, с. 28]:

1. Послуги невідчутні, тому вагомими виступають такі критерії як надійність продукту; гарантійні зобов'язання певного рівня і якості; інформаційність та поєднання цін з якістю.

2. Послуги тісно коригують з часом, тому важливі оперативність, ціноутворення, яке реагує на зміни попиту й стимулює збут продукції. Якість окремих послуг може змінюватися з часом, в залежності від взаємозамінності й варіативності.

3. Попередня оплата послуг, що вимагає повної довіри організації (підприємству, фірмі). А це формує престиж, клієнтуру та існування на ринку.

4. Сезонність попиту.

5. Наявність кваліфікованих кадрів.

6. Територіальна обмеженість послуг.

Сучасний ринок рекреаційно-туристичних послуг в Україні є достатньо розвинутим, крім цінової конкуренції важливу роль відіграє нецінова. Зі зміною поведінки виробників продукції, з'являється диференційована пропозиція послуг і програм обслуговування клієнтів.

В економічній науці існує поняття "диференціація ринку", тобто поділ ринку на різні сегменти попиту, обумовлені єдиними ознаками споживання, що характерні для кожного конкретного сегмента, диференціація ринку можлива і для ринку рекреаційно-туристичних послуг. При диференціації ринку враховують особливості рекреантів, їх вимоги, задовольняючи які організація підвищує конкурентоспроможність на ринку послуг.

До основних факторів сегментації споживачів рекреаційно-туристичних послуг належать: організація рекреації й туризму; тривалість путівок і поїздок та протяжність маршрутів; вид рекреаційно-туристичних послуг; вікові обмеження споживачів; соціальний рівень рекреантів; мета рекреантів [8, с.66].

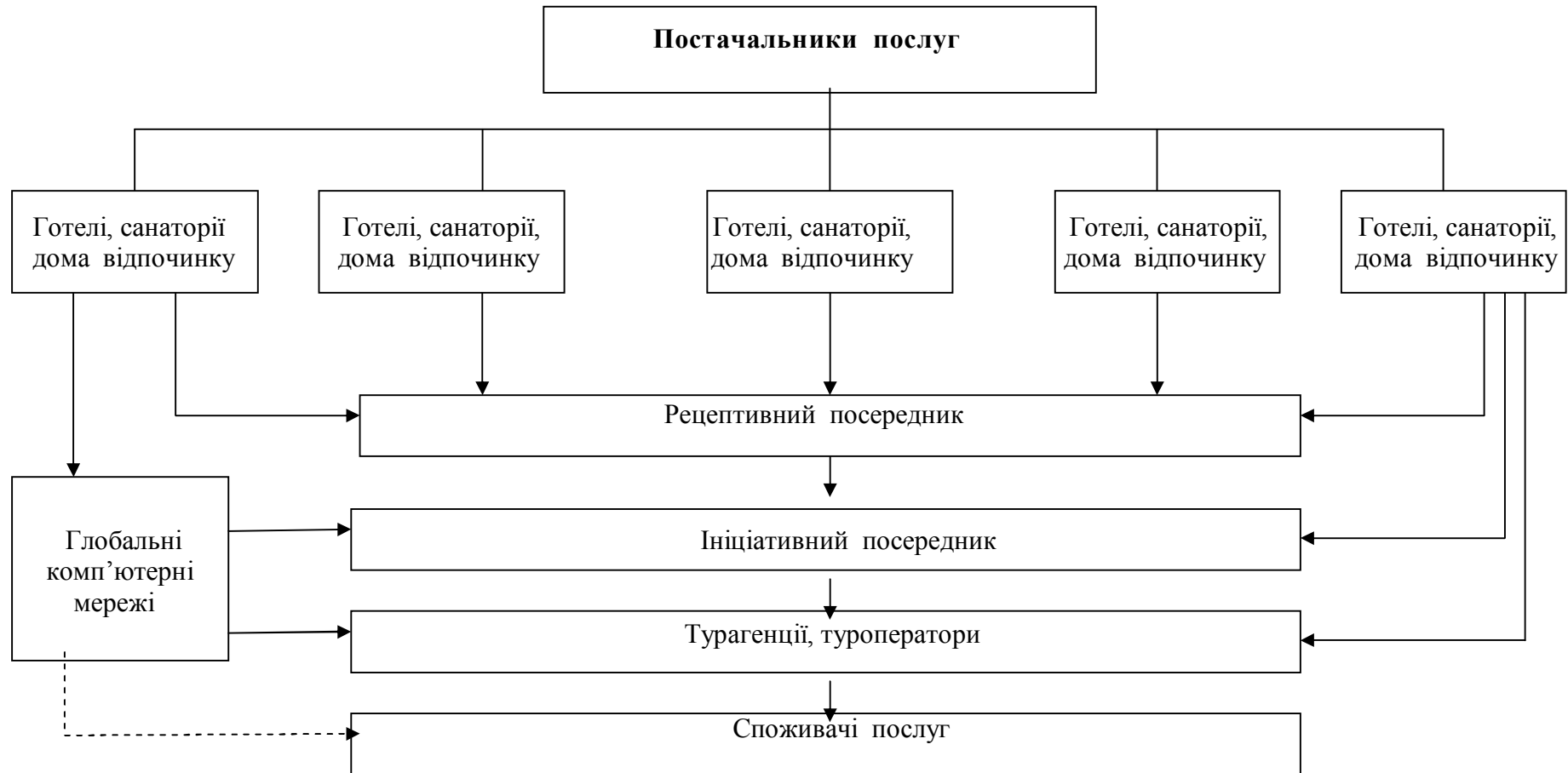


Рис.3. Схема ринку рекреаційно - туристичних послуг [7, с.56]

Рекреаційно- туристичний ринок виконує наступні функції: реалізацію вартості і споживчої вартості, що покладена в основу продукту; організацію процесу доведення продукту до споживача; економічне забезпечення матеріальних стимулів до праці.

У процесі виконання ринком першої функції відбувається рух вартості, який відображається завдяки обміну: гроші - продукт. Внаслідок цього з'являються і накопичуються кошти для розвитку рекреаційно-туристичної системи (комплексу). Друга функція проявляється через утворення мережі посередників, агенцій, компаній, які здійснюють реалізацію продукту, доводять його до споживача. Остання функція полягає в тому, що в процесі обміну (гроші - продукція) на ринку розподіл як необхідна фаза відтворення виступає у завершальному вигляді.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що механізм функціонування ринку полягає в дії економічних важелів для збалансованості попиту й пропозиції на продукцію, на обмін "гроші - продукт", на грошові потоки й потоки запропонованого продукту.

Попит на послуги обумовлюється певними вимогами споживачів, а пропозиції тісним чином пов'язані з наявністю рекреаційно-туристичних ресурсів.

Удосконалення механізму функціонування рекреаційно-туристичного ринку на основі досліджень можливе в наступному:

- для регіонів, зокрема Одеського, вирішенням проблеми є переорієнтація виїзного туризму на в'їзний та внутрішній, зміна структури послуг, їх якісне вдосконалення. Такі дії дозволяють збільшити надходження іноземного капіталу в регіони, розширити доступ до користування рекреаційно-туристичними послугами населенню країни, залучити іноземні і внутрішні інвестиції в цю галузь;

- ефективна діяльність регіонального ринку рекреаційно-туристичних послуг можлива лише за умов співпраці комерційних структур різного типу, форм організації та власності, що працюють у сфері рекреації і туризму та

місцевої влади, що регулює рекреаційно-туристичну діяльність;

- для підвищення конкурентоспроможності ринку рекреаційно-туристичних послуг регіональні органи управління мають впливати на його розвиток з використанням інструментів економічного регулювання, а саме: стимулювання розвитку підприємництва в цій галузі; планування та прогнозування рекреаційно-туристичної діяльності; вдосконалення бюджетно - податкової системи; формування рекреаційно - туристичного ринку, де головними регулюючими факторами будуть попит та пропозиція рекреаційно-туристичних послуг;

- вдосконалення ринкового механізму рекреаційно-туристичної сфери можливе шляхом обов'язкового виконання головних принципів ринкової економіки, а саме: пріоритетності; конкурентності; приватної власності об'єктів; вільного вибору клієнтів і підприємців; державної підтримки.

Список використаних джерел

1.Семенов В.Ф., Балджи М.Д., Мозгальова Регіональний вимір рекреаційно- туристичної діяльності / За ред. В.Ф. Семенова. Монографія. – Одеса: Вид-во “Optium”, 2008. – 201с.

2.Семенов В.Ф., Балджи М.Д. Процеси розвитку туризму // Економіка і регіон.–№ 2 (5)- 2005. – С. 213 - 216.

3. Семенов В.Ф., Балджи М.Д. Туристичний бізнес як складова соціально-економічного розвитку регіону // Матеріали доповідей учасників міжнародної науково-практичної конференції “Інформаційні технології в управлінні туристичною і курортно-рекреаційною економікою та проблемами підготовки фахівців”. – Бердянськ: АУІТ АРІУ, 2007.- С.33.

4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 368 с.

5. Семенов В.Ф., Балджи М.Д. Розвиток туристичного бізнесу в Україні //

Інноваційні шляхи розвитку курортно-туристичних регіонів та ринків
Зб. Наук. пр./ НАН України. Ін-т економіко- правових досліджень. -
Донецьк: ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2007 С. 179 - 189.

6. Давиденко І.В. Організаційно-економічний механізм регулювання
розвитку рекреаційної системи регіону. Дисерт... канд. екон. наук: Рукоп. -
Одеса, 2006. 213 с.

7. Основы туристической деятельности / Г. И. Зорина, Е.Н.Ильина, Е.В.
Мошняга. - М.: Совет. спорт, 2000. - 200 с.

8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. – К.: "Альтерпрос", 2002. -
436 с.