

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ТЕРИТОРІЙ ДЛЯ ОЦІНКИ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Для економіки України значення туризму полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого обігу капіталу, при відносно невеликих капіталовкладеннях, по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць в першу чергу на регіональному рівні. Регіони України мають значний природний і культурний потенціал розвитку туризму. Окрім ресурсних передумов, слід сказати також про загальнодержавні тенденції переходу до постіндустріального суспільства, посилені в регіонах спаду і кризових процесів індустріальної економіки [1]. Туризм за наявності розповсюдженості і різноманітності його ресурсів, можливості локальних форм організації, комбінування з іншими видами діяльності є сферою широкого розповсюдження своїх об'єктів на території країни. Водночас, дисперсність розміщення, специфіка кластерної організації туристичних дестинацій потребує рівномірного простору.

Туризм в регіонах виконує найважливіші функції по ефективному використанню наявних факторів виробництва і надання свободи споживчого вибору. Різноманітність внутрішньої туристичної діяльності безпосередньо впливає на економічне, соціальне, культурне життя регіону. Туристичний бізнес у регіонах є складовою частиною загальнодержавної економічної політики, спрямованої на розвиток і якісну зміну ринку послуг. Однією з найголовніших проблем є пошуки механізму удосконалення ключового параметру внутрішнього туристичного ринку регіону, яким є, на наш погляд, рівень соціально-економічної привабливості тієї чи іншої туристичної території в межах регіону, що невід'ємно пов'язано з інвестиційною привабливістю [2]. Щоб обґрунтувати такий механізм, пропонуємо застосувати метод аналізу потенціалу територіальних ринків. Головна сутність такого аналізу полягає у реалізації послідовних стадій дослідження туристичних територій з точки зору дії довгочасних чинників: демографічних, соціальних, економічних, культурних, географічних та інноваційно-технологічних. Потім застосовуємо класичні маркетингові підходи з вивченням продукту, ціни, просування, місця збуту, персоналу, покупців, оточуючого середовища, внутрішніх обставин, екологічних та естетичних особливостей. Вивчення вказаних параметрів дасть можливість розкрити й проаналізувати специфіку і можливості для розвитку внутрішнього туризму в регіоні. Оцінку потенціалу регіонального туризму проводимо за

допомогою апарату, що використовується сучасною економічною наукою, а саме: індекс рівня монополізму на ринку туристичних послуг. Чим менше значення індексу, тим нижче рівень монополізму. Високе значення індексу говорить про недостатню розвиненість ринку туристичних послуг регіону; Коефіцієнт концентрації населення регіону. Показує ступінь концентрації населення у великих населених пунктах й дозволяє оцінити можливості охоплення туристичними послугами територіальних утворень (чим менше значення коефіцієнта, тим більший ступінь розосередження населення по невеликих населених пунктах); Коефіцієнт співвідношення середньорічних доходів населення і витрат на туристичні послуги. Привабливість регіону багато в чому залежить від рівня доходів населення, причому важливим є не тільки їхній абсолютний рівень, але й співвідношення з річними витратами на споживання туристичних послуг (в деяких дослідженнях підтверджена кореляційна залежність між рівнем доходів і споживанням туристичних послуг); Індекс вікової структури населення характеризує співвідношення частки населення у віці від 15 до 45 років у загальній кількості населення регіону й аналогічного показника по країні в цілому. Чим вищий коефіцієнт, тим привабливіший регіон за рівнем розвитку туристичних послуг; Індекс пріоритетних витрат коштів на туристичні послуги - характеризує схильність групи населення регіону у віці від 15 до 45 років до спрямування коштів на отримання туристичних послуг. Категорія населення у віці від 15 до 45 років є найактивнішою щодо споживання туристичних послуг.

Надалі, в процесі оцінки привабливості регіонального ринку туристичних послуг, знаходимо загальний показник, що дозволяє отримати агреговану оцінку.

Таким чином, застосування такого методичного підходу дозволяє провести комплексну порівняльну оцінку привабливості регіонального ринку туристичних послуг, вирішити питання визначення найкращих територій й цільових сегментів внутрішнього туризму регіону, які в подальшому можуть забезпечити постачальнику туристичних послуг (можливо у тому числі державі) найбільшу інвестиційну привабливість. Для обґрунтування аналізу туристичної привабливості регіону доцільно провести зонування або внутрішньо регіональне районування, отримати окремі мікро та локальні складові і провести їх оцінку з точки зору рівня й потенціалу розвитку туризму.

Література

1. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами /И.И. Дюмулен.– М., 2008, с.19.
- 2.Международный туризм [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.webeconomy.ru/>.