

УДК 330.4: 215.2

¹Яворська О.Г., ²Кравченко В., ³Сільченко О. к. біол. н.

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

РЕГІОНАЛЬНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Yavorska O.G., Kravchenko V., Silchenko O., Ph.D.

REGIONAL MARKET OF TOURIST SPHERE OF UKRAINE IN MODERN CONDITIONS OF SOCIALIZATION OF THE ECONOMY

Поглиблення базових диспропорцій в соціально-економічному розвитку на регіональному рівні розглядається сьогодні як один з основних факторів, які обумовили стагнацію соціального сегменту національної економіки України. За сучасних умов складних та суперечливих трансформаційних процесів, що обумовлені глобалізацією та регіоналізацією, відбуваються значні зміни соціально-економічних складових країни. Зростають передумови для створення нових організаційно-просторових структур, зокрема формування локальних територіальних організаційних структур в туристичній сфері України. На регіональний соціальний розвиток країни мають вплив процеси, що відбуваються у сфері послуг, зокрема в туристичній та рекреаційно-туристичній галузях господарства України.

В Україні заклади санаторно-курортної інфраструктури працювали і до тепер працюють на природному ресурсному потенціалі, який на сьогодні за підрахунками вчених охоплює більше 800 джерел та свердловин, що дозволяє, за підрахунками тих же вчених, щорічно оздоровлювати понад 7 млн люднй. Навіть пересічна людина розуміє, що таких показників туристів у сфері лікування, оздоровлення та покращення стану здоров'я наша країна не приймала і до тепер не приймає. Дійсно, такий багатий ресурсний потенціал використовується не більш як на 15%.

Загалом за останній період має місце тенденція до підвищення частки туристичних послуг, які надавалися населенню в загальному обсязі реалізованих послуг у 2015 р., що свідчить про позитивну динаміку на внутрішньому ринку туристичних послуг. Проте стійкою тенденцією таку ситуацію назвати важко, оскільки підвищення попиту на внутрішні послуги туристичної та культурно-рекреаційної сфери обумовлені певними і відомими економічними причинами, а відтак, в наступні відпускні сезони внутрішній ринок туристичних послуг може втратити минулорічних клієнтів враховуючи активну роботу менеджерів з туризму по закордонних напрямках відпочинку та оздоровлення.

Між тим, до позитивних зрушень на ринку навіть проблемних регіонів у туристичній сфері можна віднести появу нових нетрадиційних туристично-рекреаційних послуг та розширення можливостей традиційних видів послуг, активність місцевого населення, підвищення ролі соціального маркетингу.

Можна сказати, що туристичний бізнес навіть для проблемних регіонів є доволі привабливий. Туристичний бізнес вбачається перспективним напрямком розвитку оскільки потребує відносно невеликих стартових інвестицій; у майбутньому зі зростанням рівня життя людей прогнозується зростання попиту і на туристичні послуги; для даної галузі господарства притаманний доволі високий рівень прибутку з одночасно коротким терміном окупності витрат; окремі сфери туристичного та рекреаційно-туристичного бізнесу функціонують на природних ресурсах, які загалом

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу». Тернопіль. 15-17 жовтня 2015 року

легкодоступні для використання. З огляду на дані таблиці 1, Україна володіє значними природними рекреаційними ресурсами, що може виступати базою для формування потужного туристично-рекреаційного комплексу.

Таблиця 1.

Показники природно-рекреаційного потенціалу окремих регіонів

Регіони	Природно-рекреаційний потенціал у розрахунку на 1000 км.кв.	Природно-рекреаційний потенціал у розрахунку на 1 тис. рекреантів
Вінницька область	5,098	1,913
Волинська область	11,089	5,829
Житомирська область	10,569	12,339
Закарпатська область	33,279	5,680
Івано-Франківська область	13,223	3,874
Київська область	6,192	2,473
Кіровоградська область	2,386	4,037
Львівська область	15,587	1,385
Одеська область	2,093	0,259
Полтавська область	3,844	1,650
Тернопільська область	7,000	4,881
Херсонська область	0,414	0,063
Черкаська область	5,761	3,200
Чернівецька область	7,911	21,219
Чернігівська область	5,322	7,675

Джерело [6, 10].

Неможливість реалізувати свій багатий потенціал є однією з ознак проблемності регіонів. До проблемних регіонів також відносяться і ті, що не можуть самостійно вирішувати соціально-економічні проблеми, а таких у країні більшість. Оскільки ринок послуг до певної міри визначає якість життя населення, то позитивні тенденції, що проявляються при розвитку самого ринку послуг, зокрема і туристичної сфери, сприяють підвищенню життєвого рівня населення цих регіонів. Відтак, більш активне залучення проблемних регіонів до загального ринку послуг є однозначно позитивним економічним явищем таких територій.

На сьогодні застосовуються різні шляхи щодо поліпшення загальної динаміки розвитку ринку послуг в регіонах, і особливо активно розвивається ринок туристичних послуг, особливо за певних економіко-політичних умов, які склалися в Україні впродовж 2014-2015 років. Так найбільш відчутні зміни спостерігаються в Полтавській, Вінницькій та Черкаській областях. Відповідно постає нагальна потреба в дослідженнях ринкових відносин в їх регіональних проявах.

Ринкові відносини в туристичній сфері за часів незалежності нашої країни проявилися перш за все появою значної кількості малих підприємств (туристичні та рекламні агенства, фірми). На сьогодні вже спостерігається активізація в процесі залучення в цю сферу діяльності великих та середніх економічних суб'єктів (туроператори, готелі). Звичайно, такі структури характеризуються високими показниками рентабельності та ліквідності, а відповідно, при зваженій державній політиці у рекреаційно-туристичній галузі, вони здатні забезпечити достатньо великі надходження до бюджетів регіонів та країни в цілому.

Особливістю комерційної складової підприємств туристичної сфери є орієнтація

не лише на прибуток, але і на реалізацію культурних та рекреаційних потреб народу, які обумовлені в значній мірі демографічними, світоглядними, політичними та іншими факторами. Відтак, якщо раніше туристичний бізнес розвивався за умов залучення непрофесіоналів, то зараз задовольняються загалом потреби у підготовлених менеджерах туристично-рекреаційної сфери, і загалом, працівники туристичної сфери набули вже значного досвіду, що обумовлює появу на ринку послуг цього сектору високоякісного продукту, принаймні в столичному та Карпатському регіонах.

Питання саме високоякісного продукту в соціальній сфері є доволі актуальним з огляду на вищеозначене та наступне. Економічний прагматизм як умова соціального та цивілізаційного розвитку вказують на все зростаючу загрозу для світових національних культур, відтак, туристичний ринок, особливо сектор дозвілля та розваг, який виходить від комерціалізації, відповідно сприяє виникненню альтернативних форм дозвілля, нових видів організації соціально-культурної діяльності, з відповідною пропозицією нових “культурних” продуктів масової культури, які характеризуються видовищністю, новизною, яскравістю, для багатьох українців, особливо молоді набули привабливості. Відтак, у перспективі для значної частини, або навіть переважної більшості підлітків та молоді можна прогнозувати прихильність та попит з їх боку до продуктів саме масової, а не елітарної культури.

На сьогодні в Україні не існує державної монополії як з організаційних, так і економічних важилів в соціально-культурній діяльності, оскільки такі були втрачені шляхом ліквідації адміністративних та територіальних прав.

Маркетингові девізи та реалії економічної складової в нашій країні для сфери туризму зорієнтовують дану сферу послуг на діяльність по виробництву продукту, який далеко не відповідає параметру “культурна цінність”, а має високу споживчу вартість і буде реалізований на ринку товарів та послуг як найвигідніше для підприємців.

Особливістю регіонального розвитку соціальної сфери в Україні є її динамічна реструктуризація. Так у багатьох регіонах країни до недавня були відсутні, або ж їх частка була незначна, нові структури з високоприбуткових видів діяльності, до яких, серед інших (гральний бізнес, модельний бізнес, шоу-бізнес тощо) ми відносимо і туризм. Визначальним у стрімкому збільшенні їх кількості є стійкий попит на відповідні види з організації дозвілля та розваг, на який існує попит. Відповідно, послуги таких закладів діяльності будуть надаватися надалі з економічною вигодою для таких, а регіональний ринок туристичної сфери України – як системи економічних відносин, які мають місце на сьогодні між представниками з виробництва туристичних послуг різних рівнів в процесі реалізації таких послуг, буде сформовано в провідну та невід’ємну категорію господарства країни. Безумовно, що передумовами подальшого розвитку регіональних ринків у сфері туризму є подальший розвиток в першу чергу соціальної та інформаційної інфраструктури, а також сукупність об’єктів матеріального, технологічного, організаційного, фінансового та правового характеру.

Безумовно, ринок туристичних та рекреаційно-туристичних послуг відноситься до типу ринків, які мають зовнішню орієнтацію і їх провідним завданням є задоволення потреб не місцевого населення, а туристів, рекреантів та відпочиваючих. Проте, хоча даний сегмент ринку послуг і не зорієнтований на задоволення внутрішніх регіональних потреб, проте він сприяє наповненню місцевого бюджету.

Як свідчить статистика, за рівнем розвитку ринку туристичних послуг та обсягом реалізованих послуг у розрахунку на одну особу по регіонах країна характеризується значними диспропорціями. Можна чітко окреслити регіони туристично-рекреаційного та культурно-рекреаційного типу – Одеський, Львівський, Закарпатський, столичний. На досить низькому рівні знаходиться ринок туристичних послуг у Тернопільській, Житомирській, Чернігівській областях.

Відповідно, територіальному розміщенню об'єктів туристичної та санаторно-курортної інфраструктури притаманний високий ступінь нерівномірності. За оцінками літнього сезону 2015 р., лідерами за «навантаженістю» стали особливо Одеська та Львівська області. Таким чином, в організації регіональної туристично-рекреаційної сфери України мають місце не лише територіальні диспропорції, але і кількісні показники відпочиваючих у відповідних закладах даної соціальної сфери. Так в Одеській області розташовано біля 23% закладів відпочинку, а частка відпочиваючих у даному регіоні в окремі літні періоди перевищувала 61%.

Вищезначене свідчить про відсутність єдиної маркетингової концепції, яка б відповідала новим реаліям та динамічним процесам і змінам в туристичній сфері країни. Формування регіональної концепції можливе як результат врахування особливостей розвитку регіональних рекреаційних туристичних ринків в Україні. Загалом подальша інституційна модернізація соціальної сфери у країні, зокрема в рекреаційно-туристичній галузі, має бути направлена у першу чергу на зближення показників розвитку туристичної та рекреаційної (санаторно-курортної) галузі в регіональному розрізі та нівелюванні дисбалансу та регіональних контрастів щодо зростання обсягів, диверсифікації та якості туристичних послуг. Нами вбачається, що роль туристичної сфери є провідною та найбільш значущою і в подоланні такої негативної риси сучасної модернізації як нерівномірність даного процесу у галузевому розрізі та за іншими показниками, зокрема, завдяки мультиплікативному характеру позитивних змін у всій соціальній сфері країни.

Перелік посилань

1. Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 250 с.
2. Занг В.Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / Москва: Мир, 1999. – 335 с.
3. Костиця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика. – Житомир, 2006. – 194 с.
4. Криворчук С.М. Тенденції інноваційної діяльності підприємств України: визначення напрямів її поліпшення // Інвестиції – практика та досвід. – 2008. - № 24. – С. 14-15.
5. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): [монографія] / В.І. Куценко за ред. Б.М. Данилишина. – Ніжин: ТОВ «Видавництво Аспект-Поліграф», 2008. – 818 с.
6. Куценко В.І. Соціальний вектор економічного розвитку. – Київ: Наукова думка, 2010. - С. 353-354.
7. Сергеев И. Развитие социальной сферы: приоритеты регулирования / И. Сергеев, Н. Кирсанова, И. Кирсанова // Экономист. – 2006. – № 4. – С. 46-53.
8. Симонов В.С. Основные направления развития индустрии рекреации // Экономика и управление. – 2006. – № 2. – С. 65-78.
9. Соколенко С.И. Инновационные возможности регионов – основа подъема конкурентоспособности экономики Украины / С.И. Соколенко // Прометей. – 2006. – № 3. – С. 65-67.
10. Черчик Л.М. Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку рекреаційного природокористування в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 6 (84). – С. 181-182.