

РОЗДІЛ 5. ПАРТНЕРСТВО В МЕХАНІЗМІ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Скляр Г. П.

5.1 Економічна сутність та закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні

Останні два десятиліття змінили Україну й кількість бажаючих відвідати її щороку зростає. Швидкими темпами вона перетворюється на модну туристичну країну з «Terra Incognita» на сході Європи. У 2005 р. Україна ввійшла до Світової організації туризму і для громадян ЄС, США, Канади та інших країн скасовано необхідність мати в'їзну візу до нашої країни. Це сприяє концентрації капіталу на вітчизняному ринку туристичних послуг, що проявляється у постійному зростанні його частки у ВВП країни в останні роки. Проте його формування супроводжується низкою проблем, основними з яких є недосконалість законодавчої бази та туристичної інфраструктури, низька ефективність інформаційного забезпечення, брак кваліфікованих кадрів. З огляду на це, виникає необхідність комплексного підходу до розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг.

Проблемам розвитку туризму в Україні присвятили свої праці вітчизняні науковці та практики, зокрема, Герасименко В. Г., Галасюк С. С., Давиденко І. В., Кифяк В. Ф., Нездоймінов С. Г., Ткаченко Т. І., Школа І. М., Шультіна Л. М. та інші. Проте, на теперішній час потребує наукового обґрунтування розгляд процесу формування ринку туристичних послуг в Україні з точки зору виділення факторів та визначення закономірностей його розвитку.

Ринок туристичних послуг є однією з важливих складових ринкової економіки, що перебуває у тісному взаємозв'язку з фінансовою, виробничою, соціальною та науковою інфраструктурою країни. На сьогоднішній день ринок туристичних послуг є складним механізмом узгодження економічних інтересів суб'єктів туризму, влади й населення, пов'язаних між собою товарними та грошовими відносинами. На ринку туристичних послуг складаються специфічні умови, що впливають на відносини надавачів і споживачів туристичних послуг, рівень та методи державного регулювання туристичної діяльності, способи надання туристичних послуг, організаційні особливості туристичного бізнесу [1].

З урахуванням цього, під ринком туристичних послуг доцільно

розглядати сукупність економічних відносин між його учасниками з приводу купівлі-продажу специфічного товару – послуг в галузі туризму, у процесі котрих формуються попит, пропозиція й ціна на ці послуги. При цьому необхідною умовою існування ринку туристичних послуг є наявність суспільної потреби в надавачах туристичних послуг, які можуть цю потребу задовольнити.

З точки зору системного аналізу процес формування ринку туристичних послуг в Україні доцільно розглядати через закони ринку, зокрема через попит і пропозицію в умовах соціально-економічного розвитку України.

Попит на послугу в галузі туризму являє собою суму коштів, яку потенційні споживачі готові витратити на задоволення своїх потреб у цій сфері при даних цінах на такі послуги. При цьому варто виділити два основні чинники впливу на обсяг попиту на послуги в галузі туризму:

- 1) потреба населення в цих послугах;
- 2) купівельна спроможність потенційних споживачів таких послуг.

Потреба людей в послугах у галузі туризму зумовлена самим розвитком людської цивілізації та економічних відносин. Проте визначальним чинником є купівельна спроможність потенційних споживачів, оскільки їх потреба в послугах туризму повинна бути забезпечена здатністю її оплатити.

Доведено, що дія економічного закону попиту і пропозиції на ринку туристичних послуг проявляється за умови, що зниження ціни цих послуг веде до відповідного зростання попиту на них, а зростання ціни на такі послуги зумовлює падіння попиту на них, за умови, що інші фактори є незмінними.

Пропозицією на ринку туристичних послуг правомірно вважати діяльність надавачів послуг в галузі туризму щодо розроблення та реалізації таких послуг, що здатні задовольнити потреби потенційних споживачів та відповідають їх купівельній спроможності.

Відомо, що при високих цінах на послуги в галузі туризму збільшується їх пропозиція. Але при цьому у потенційних споживачів зменшується бажання придбати запропонований їх обсяг. За таких умов на ринку туристичних послуг виникатиме надлишок їх пропозиції. Дефіцит послуг, що пропонуються підприємствами туризму для реалізації, виникатиме у випадку, коли ціна на них знижується. Співвідношення попиту на послуги в галузі туризму та їх пропозиції визначає рівновагу на ринку туристичних послуг. За рівноважного рівня цін обсяг запропонованих на ринку послуг дорівнює їх обсягу, що придбали споживачі. Тобто ринок перебуватиме в стані рівноваги [2].

У результаті проведених досліджень правомірно визначити, що, крім найважливішого цінового чинника, на зміни в попиті й пропозиції

на ринку туристичних послуг впливають інші нецінові фактори. При цьому варто врахувати, що на його розвиток найбільший вплив має сформована специфіка та туристична інфраструктура в окремих регіонах України.

Зокрема, за радянських часів великі регіони на сході та в центральній частині країни перетворилися на індустріальні осередки, характерними особливостями ландшафту яких стали терикони і металургійні комбінати, через збільшення сільськогосподарських угідь зменшилась площа степової зони. З традиційно аграрної країни за останні сто років Україна перетворилася в урбаністичну і на теперішній час на її території налічується 450 міст, в яких проживає дві третини населення країни. Наша країна має одинадцять національних природних парків, численні біосферні та природні заповідники, дендропарки, пам'ятки садово-паркового мистецтва в усіх регіонах, але ландшафт, екологія, архітектура, міський та сільський колорит, автентичне та сакральне здчество східної, західної, північної і південної частин країни суттєво відрізняються [3].

Крім того, важливе значення має туристична інфраструктура окремих регіонів України. А отже, формування українського ринку туристичних послуг доцільно розглядати у взаємозв'язку з розвитком туристичної інфраструктури кожного регіону, складові якої представлені на рисунку 5.1.1.

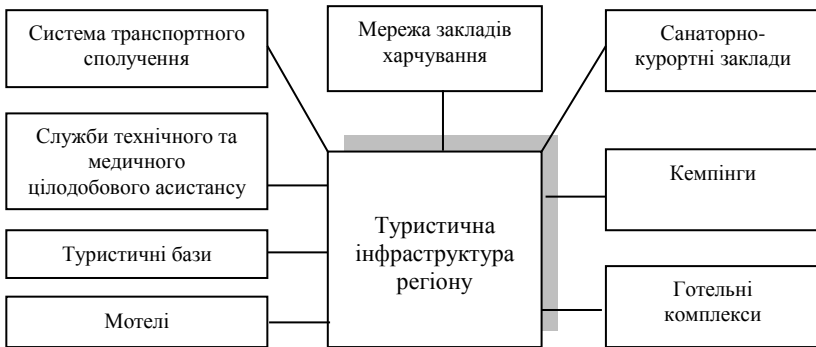


Рис. 5.1.1. Складові туристичної інфраструктури регіону

Кожна з цих складових має вагоме значення щодо привабливості того чи іншого регіону для туристів. При чому, проведені дослідження свідчать, що в жодному з регіонів України окремі елементи цієї інфраструктури не є розвиненими. Зокрема, якщо в західній частині країни добре розвинена мережа готелів, кемпінгів, баз відпочинку,

закладів харчування, то практично відсутніми є зручні шляхи сполучень, стан автомобільних доріг в цих регіонах України є чи не найгіршим. Натомість на сході країни система транспортного сполучення більш досконала, проте недостатньо розвинуеною є мережа готелів та туристичних баз. На півночі та півдні країни також є свої особливості щодо формування туристичної інфраструктури.

Проте, незважаючи на це, як громадяни України, так і туристи з інших країн в переважній більшості подорожують та відпочивають традиційно в західних та південних регіонах України. І визначальним фактором при цьому є особливість культурного надбання, ландшафту, клімату, наявність місцевостей з природно-лікувальними властивостями в цих регіонах [4]. А отже, на теперішній час саме ці території забезпечують найбільшу частку капіталу, що формується на ринку туристичних послуг України. Про це свідчать дані щодо кількості та вартості реалізованих туристичних турів в'їзного, внутрішнього та виїзного туризму. Зокрема, оскільки традиційно привабливими для туристів на заході нашої країни є м. Львів та Львівська область, а на півдні – м. Одеса та Одеська обл., скористаємося даними за цими регіонами у порівнянні в середньому по Україні (табл. 5.1.1).

Таблиця 5.1.1

Кількість реалізованих туристичних турів у Львівській та Одеській областях у 2011 р. [1]

Показники	Виїзний туризм	Внутрішній туризм	В'їзний туризм	Всього
Львівська обл.				
Кількість реалізованих турів, шт.	31374	21990	9920	63284
Вартість реалізованих турів, млн. грн.	141,8	56,8	33,9	232,5
Одеська обл.				
Кількість реалізованих турів, шт.	24754	10855	13203	48812
Вартість реалізованих турів, млн. грн.	148,7	14,2	14,1	177,0
В середньому по Україні				
Кількість реалізованих турів, шт.	17314	11854	3658	32827
Вартість реалізованих турів, млн. грн.	136,4	31,6	10,9	178,9

Дані таблиці 5.1.1 свідчать, що за досліджуваний період у Львівській обл. кількість реалізованих туристичних турів практично в 2 рази перевищувала цей показник в середньому по Україні, при цьому кошти, отримані від їх реалізації у Львівській обл. на 53,6 млн. грн. перевищували аналогічний показник в середньому по Україні. В

Одеській області майже у 1,5 рази більше було реалізовано туристичних турів ніж в середньому по Україні, але обсяг коштів, отриманих від їх реалізації, знаходиться практично на одному рівні з аналогічним показником в середньому по Україні, що можна пояснити невисокою середньою вартістю цих турів в Одеській обл. у порівнянні з іншими регіонами країни.

Таким чином, проведені дослідження дозволили виявити закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні, що зумовлені дією економічних законів, і перш за все дією закону нагромадження капіталу, що проявляється у формі концентрації та централізації капіталів на вітчизняному ринку туристичних послуг. Зокрема, переважне зосередження підприємств-надавачів послуг в галузі туризму в екологічно привабливих південних та західних регіонах України, де переважно відсутні великі промислові підприємства, зумовлене закономірністю раціонального розміщення продуктивних сил, що впливає із закону економії праці й проявляється в нерівномірному розміщенні промислового капіталу в регіонах України.

Закономірність зростання кількості підприємств-надавачів туристичних послуг недержавної форми власності зумовлена зміною суспільно-економічного ладу в країні на початку 90-их років, що проявляється в дії закону адекватності виробничих відносин рівню і характеру продуктивних сил, у межах якого виділяють закономірності зв'язків між потребами розвитку людини та еволюцією форм власності.

Закономірність утворення компаній-лідерів ринку туристичних послуг спричиняється дією закону конкуренції, що виражає зв'язки між споживачами й надавачами послуг у галузі туризму, посередниками та іншими установами, котрі діють на ринку туристичних послуг і проявляється у боротьбі між його учасниками за рівень цін на послуги в галузі туризму, потенційного споживача, привласнення найбільших доходів.

Закономірність поступового зростання попиту на послуги в галузі туризму та розширення їх асортименту зумовлена дією закону зростання потреб, що виражає зв'язки між прогресом технологічного способу виробництва, еволюцією системи суспільних відносин та кількісним зростанням і якісним удосконаленням потреб суспільства, зокрема потреби людей у туристичних послугах в умовах ринкової економіки. В той же час ця закономірність спричиняється дією закону попиту й пропозиції, що виражає зв'язок між кількістю туристичних послуг, що хочуть придбати потенційні споживачі, та їх обсягом, котрий можуть запропонувати надавачі таких послуг. Особливістю дії вказаного закону на українському ринку туристичних послуг є те, що на теперішній час величина ціни на послуги в галузі туризму

знаходиться під дією таких факторів, як недосконала туристична інфраструктура, неефективна інформованість населення і недостатня купівельна спроможність його основної частини.

Таким чином, закономірності функціонування ринку туристичних послуг являють собою об'єктивні категорії, на основі пізнання яких формулюються і втілюються в життя принципи подальшого його розвитку. Пріоритетність кожного принципу визначається метою й напрямками розвитку цього ринку. На теперішній час основним документом утілення основних принципів розвитку ринку туристичних послуг в Україні є Закон України «Про туризм», окремі положення якого не відповідають вимогам часу [5].

З огляду на це, подальші наукові дослідження можуть проводитись у площині вдосконалення вітчизняного законодавства в галузі туризму та методичних засад організації ринку туристичних послуг в Україні з урахуванням сучасних тенденцій його розвитку та світової практики функціонування.

1. Розгляд процесу формування ринку туристичних послуг в Україні через закони ринку, зокрема попиту і пропозиції, дозволить виявити, крім цінового чинника, низку факторів його розвитку, що проявляються на регіональному рівні, основними з яких є ступінь розвиненості регіональної туристичної інфраструктури та особливості культурного надбання, ландшафту, клімату, наявності місцевостей з природно-лікувальними властивостями в регіоні.

2. Формування ринку туристичних послуг в Україні зумовлене дією економічних законів, зокрема закону нагромадження капіталу, закону конкуренції, закону попиту і пропозиції, закону економії праці, закону зростання потреб, що проявляється в закономірностях його функціонування, котрі є об'єктивними категоріями, на основі пізнання яких формулюються і втілюються в життя принципи подальшого його розвитку.

Інформаційні джерела до підрозділу 5.1

1. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездойминов та ін. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
2. Андрущенко А. М. Економічна теорія: навч. посіб. / А. М. Андрущенко, А. П. Бурляй, В. С. Костюк та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
3. Лильо І. Автомобільна прогулянка Україною: путівник / І. Лильо, Ю. Ференцева, А. Глазовий, І. Чеховський. – К.: Балтія-Друк, 2009. – 576 с.
4. Розвиток туристичного бізнесу регіону: навч. посіб. / за ред. д.е.н., проф. Школи І. М. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 292 с.
5. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page.> – Назва з екрана.