

С. Левцов

ПОНЯТТЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ПОСЛУГИ ЯК ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Висвітлено основні підходи до визначення понять “рекреація”, “послуга”, “рекреаційна послуга”. Здійснено аналіз їх взаємодії у ході реалізації рекреаційної діяльності як на державному, так і на регіональному рівнях. Досліджено ступінь розробки досліджуваної проблеми щодо підвищення значення рекреаційних послуг шляхом забезпечення належних умов екологічно безпечної життєдіяльності людини при одночасному гарантуванні високих стандартів рівня якості життя. Здійснено класифікацію рекреаційних послуг. Розкрито та проаналізовано якісну структуру ринку рекреаційних послуг.

Ключові слова: рекреація, послуга, рекреаційна послуга, рекреаційна діяльність, рекреаційні ресурси, структура ринку рекреаційних послуг.

Однією з умов переходу до соціально-орієнтованої ринкової економіки є розвиток невиробничої сфери як соціально значимого суб’єкта економічних відносин. Тому для подолання структурних деформацій економіки регіону і відновлення природного режиму відтворювального процесу, що склалися, регіонам потрібно здійснювати диверсифікацію господарської діяльності через розвиток послуг. Рекреаційні послуги є спеціально організованою програмою діяльності та обслуговування, яка реалізується на ринку послуг як самостійний продукт. Доцільно зазначити, що значення рекреації зростає через негативні наслідки науково-технічного прогресу, погіршення природного середовища та урбанізацію. А тому сучасні умови життєдіяльності суспільства вимагають суттєвого підвищення значення рекреаційних послуг шляхом забезпечення належних умов екологічно безпечної життєдіяльності людини при одночасному гарантуванні високих стандартів рівня якості життя.

Основні підходи до визначення поняття “рекреаційні послуги” досліджувались у працях В. Дубровського, В. Мамутова, Н. Мандюк, О. Моргулець, М. Нудельмана, О. Соловйової, Н. Фоменко та інших авторів. Наукові доробки згаданих дослідників послужили дієвим підґрунтям при розробці понятійного апарату та висвітленні теоретико-методологічних питань нашого дослідження.

Мета та завдання статті – розкриття сутності поняття “рекреаційні послуги”, їх класифікація та поділ за відповідними ознаками, а також визначення перспектив розвитку послуг рекреаційної дії у ході реалізації рекреаційної діяльності як на державному, так і на регіональному рівнях.

За умов сьогодення, основні перетворення, що притаманні постіндустріальному суспільству, пов’язані зі змінами від моделі проведення вільного часу, з метою простого відтворення життєвих сил до моделі змістовного проведення дозвілля, яке забезпечується і реалізується через існування та організацію численних різноманітних видів рекреаційних занять. З одного боку, це здебільшого його негативні характеристики, такі як: підвищений рівень психо-емоційного напруження, наростання екологічного дискомфорту, зростання рівня урбанізації, індивідуалізація і звуження життєвого простору, неактивний (обмежена

рухова активність) спосіб життя. З іншого – це переважно позитивні характеристики, такі як: підвищення комфортності середовища (стосується, як індивідуальних умов проживання основної маси населення, так і благоустрою міського середовища), високий рівень інформованості, необмежена транспортна доступність, а головне – збільшення обсягу вільного часу людини. Всі ці фактори в комплексі є головними рушійними силами в розвитку рекреаційної діяльності і сприяють появі нових її видів, диверсифікації існуючої рекреаційної спеціалізації вже відомих рекреаційних центрів та районів.

Оскільки для сучасного етапу суспільного розвитку характерне зростання ролі рекреації в процесі відновлення сил людини, спостерігаються різні підходи до визначення самого поняття “рекреація”, яке є сукупністю багатьох значень: *rescreation* (лат.) – відновлення; *rescreation* (франц.) – розвага, відпочинок, зміна дій, яка виключає трудову діяльність і характеризує простір, пов’язаний з цими діями; *rescreasja* (польськ.) – відпочинок [1].

Як стверджує Дж. Келлі (США), рекреація – це відновлення духовних та фізичних сил. На думку західного соціолога Дж. Шиверса, рекреація “це проведення дозвілля з метою задоволення та засіб релаксації і відновлення сил [2]. Деякі автори розглядають рекреацію тільки як дозвілля. Але не можна поєднувати дозвілля та рекреацію в одне ціле. Дозвілля – це вільний час після роботи, а рекреація – це відновлення сил у будь-який час [3].

Розглядають рекреацію і як процес відтворення фізичних, духовних й нервово-психічних сил людини, який забезпечується системою заходів і здійснюється у вільний від роботи час на спеціалізованих територіях [4], і як суспільне явище, яке відображає відношення з приводу відтворення і розвитку сил людини [5].

В. Дубровський вважає, що, рекреація – це участь у будь-якій діяльності, яка дає людині радість і задоволення та спонукає до активних дій, відновлення фізичних сил. І, спираючись на це визначення, науковець розподіляє всі види рекреації на дві категорії – більш популярні та менш популярні види. До більш популярних видів рекреації автор відносить піші та велосипедні прогулянки, піший туризм, лижні прогулянки, катання на санчатах, відвідування пляжів, рибалка тощо. До менш популярних видів належать полювання, гірськолижний спорт, гольф, дайвінг, верхова їзда, віндсерфінг, великий теніс, вітрильний спорт тощо. Популярність того чи іншого виду рекреації пов’язана з матеріальними витратами та природним середовищем, де проходить рекреація [6].

Наявність суперечливих поглядів на рекреаційну діяльність дозволяє якнайкраще зрозуміти її сутність. На думку О. Бобиревої, рекреаційна діяльність – це передусім самодіяльність, безкоштовне самозадоволення особистих рекреаційних потреб людини у вільний час, що характеризується самоцінністю самого процесу. За цього сутність рекреаційної діяльності полягає у відтворенні психічної та фізичної енергії людини, розтраченої в процесі життєдіяльності. Під час наростання інтенсивності виробництва та поглиблення суспільного поділу праці рекреаційна діяльність стала окремим видом трудової діяльності з відповідними йому засобами виробництва, фахівцями відповідної кваліфікації та технологією обслуговування, що об’єднувались у рекреаційні підприємства [7].

У ході дослідження знайшла підтвердження думка В. Новикової, яка вважає, що значення рекреації зростає через негативні наслідки науково-технічного прогресу, погіршення природного середовища та урбанізацію. Водночас раціонально організована рекреаційна діяльність сприяє проведенню природоохоронних заходів, покращенню

медичного обслуговування, розширенню послуг харчування, торгівлі, побуту, відпочинку та розваг [8]. Тому, на нашу думку, цілком виправданим результатом рекреаційної діяльності є задоволення потреб населення шляхом надання їм рекреаційних послуг.

Таким чином методологічно правильним вважається підхід до трактування терміна “рекреаційна послуга” через розкриття економічної категорії послуг. Існує чимало визначень поняття “послуга”. Аналізуючи їх, можна виділити два підходи до визначення послуги: 1) “послуга” як дія, що приносить користь, допомогу іншому; 2) “послуга” як продукт (результат) діяльності сервісного підприємства [9].

За визначенням Державної служби статистики України, послуги – це діяльність суб’єктів, яка набуває матеріально-речової форми та задовольняє певні потреби замовників – особисті, колективні. Вони є результатом різномірної діяльності, що здійснюється виробником на замовлення будь-яких споживачів (окремих громадян, підприємств, організацій, підприємців) і, як правило, призводить до зміни стану одиниць, які споживають ці послуги [10].

У цьому контексті специфіка послуг як продукції полягає в тому, що послуги не накопичуються (за винятком окремих видів), не транспортуються, не існують окремо від виробників, тобто вони споживаються переважно в момент їх надання. На думку Ф. Котлера, Г. Армстронга, Д. Сондерса та В. Вонг, послуга – це будь-яка діяльність або благо, яке одна сторона може запропонувати іншій, але послуга за своєю сутністю є невідчутною та не спричиняє передавання власності [11].

Своєю чергою, в науковій літературі можна зустріти чимало визначень рекреаційної послуги (окремі з них представлено у табл. 1). Попри їх очевидну схожість, між ними існують окремі відмінності, що пов’язані з різним розумінням суб’єктів, об’єктів та цільових установок державної політики у сфері рекреаційної діяльності.

Проаналізувавши загальні ознаки послуги, сутність рекреаційних потреб населення та функціональні ознаки рекреаційної діяльності, що їх задовольняють, вважаємо за доцільне сформулювати авторське визначення рекреаційної послуги як матеріалізованої природно-кліматичними і соціально-економічними умовами послугу, яку отримує рекреант та яка сприяє відновленню і розвитку фізичних, психічних, духовних і інтелектуальних сил людини поза місцем її постійного проживання, й у вільний від роботи час.

За цього будь-які послуги загалом, та рекреаційні послуги зокрема мають певну класифікацію. Питання класифікації рекреаційних послуг залежить від того виду рекреаційної господарської діяльності відповідної галузі економіки, в яких вони надаються. Оскільки цей процес є поки що недостатньо розробленим, пропонуємо поділ послуг рекреаційної дії представити за ознаками наведеними у (табл. 2).

Потрібно пам’ятати, що рекреаційні послуги одночасно враховують:

– природні та культурні ресурси, які приваблюють туристів і є основою будь-якої рекреаційної послуги;

– обладнання (засоби розміщення, харчування рекреантів, спортивні споруди, приміщення для відпочинку тощо). Таке обладнання в рекреаційному центрі визначає кількість послуг, які там можуть надаватися;

– доступність, яка залежить від розвитку транспортної мережі, стану доріг, віддаленості рекреаційного центру від великих населених пунктів.

Базові визначення рекреаційної послуги

Автор	Визначення
О. Бобирєва [12]	<p>Рекреаційна послуга – це праця, втілена в ту чи іншу споживчу вартість, яка спроможна задовольнити такі потреби населення:</p> <ul style="list-style-type: none"> – у відтворенні фізичної, психічної, інтелектуальної та творчої енергії розтраченої в процесі життєдіяльності, насамперед під час праці; – в отриманні задоволення та позитивного життєвого досвіду; – у розвитку та вдосконаленні фізичних, творчих та інтелектуальних здібностей; – у забезпеченні підтримки здоров'я та профілактики захворювань. <p>Рекреаційна послуга є кінцевим результатом діяльності у сфері задоволення рекреаційних потреб населення, має основні характеристики, властиві будь-якій послугі: неосяжність, не збереженість, невіддільність від об'єкта і джерела, мінливість якості. Економічний ефект від надання рекреаційних послуг виражається в прибутку рекреаційних підприємств, підвищенні продуктивності праці, зростанні сукупного ВВП і нематеріального капіталу нації</p>
Н. Мандюк [13]	<p>Під визначенням рекреаційної послуги потрібно розуміти будь-яку діяльність чи вигоду, яку надають клієнтови на спеціалізованих територіях поза місцем його постійного проживання, й у вільний від роботи час, щоб відновити його фізичні та психологічні сили, задовольнити спортивні, оздоровчі, пізнавальні інтереси тощо</p>
Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фону України затвердженого Наказом Мінприроди України № 330 від 22.06.2009 р. [14]	<ul style="list-style-type: none"> – рекреаційною послугою є послуга зі споживчими властивостями і собівартістю, що надається з метою задоволення потреб рекреантів; – рекреаційні послуги є продуктом рекреаційної діяльності, яка представлена як діяльність, спрямована на відновлення розумових, духовних і фізичних сил людини шляхом загальнооздоровчого і культурно-пізнавального відпочинку, туризму, санаторно-курортного лікування, любительського та спортивного рибальства, полювання тощо
М. Покоłodна [15]	<p>Рекреаційна послуга – це система заходів, пов'язаних із використанням вільного часу для оздоровчої, культурно-пізнавальної діяльності людей на спеціалізованих територіях, і характеризується, у порівнянні з іншими видами діяльності, зміною, розмаїтістю, незвичністю поведінки людей і самоцінністю процесу</p>
В. Новикова [16]	<p>Рекреаційні послуги – послуги, що забезпечують та відновлюють здоров'я, задовольняють культурні, інтелектуальні потреби, підтримують духовний і фізичний розвиток особи, нормальну життєдіяльність споживача</p>

Таблиця 2

Класифікація рекреаційних послуг

Ознаки класифікації послуг	Види послуг
Відповідно до видів діяльності рекреантів і часового обмеження на їх здійснення	– туристські; – екскурсійні; – культурно-дозвіллеві; – курортно-профілактичного лікування та оздоровлення
За місцем організації [17]	– послуги санаторно-курортних установ, пансіонатів, будинків відпочинку, туристичних баз (лікування, профілактика, відпочинок); – послуги, організовані в межах урбанізованих територій (задоволення щоденних, тижневих рекреаційних потреб, здійснення відпочинку у вихідні дні тощо); – послуги установ природно-заповідного фонду (рибальство, мисливство, утилітарні види рекреаційної діяльності тощо)
За функціональним призначенням	– курортно-лікувальні та профілактично-оздоровчі; – культурно-пізнавальні та культурно-розважальні; – культурно-освітні та розвиваючі; – спортивно-оздоровчі; – організації професійно-ділової рекреації; – організації промислової рекреації; – організації сільського (зеленого) туризму; – розважальні
Залежно від задіяння у рекреаційній та інших сферах господарства	– цільові (послуги туropераторів і турагентів, лікувально-оздоровчих, культурно-освітніх, культурно-пізнавальних, розважальних закладів); – нецільові (транспортування, розміщення, харчування, побутового, інформаційно-рекламного, банківсько-страхового обслуговування тощо)
За фінансовими витратами	– платними (плата за рекреаційні послуги може бути повною або частковою); – безкоштовними

Сам же ринок рекреаційних послуг досить неоднорідний і охоплює чимало ринків нижчого порядку. Цей ринок також можна класифікувати:

– відповідно до видів рекреації (запропонованої В. Макутовим) [18]: санаторно-курортний (кліматолікування, бальнеологія, грязелікування); оздоровчий (купально-пляжний, прогулянковий); спортивний (туристичний, мисливський, гірськолижний, водний, альпінізм тощо); пізнавальний;

- за видом подорожі: ринок індивідуального туризму; ринок групового туризму;
- за географічним чинником: внутрішньо-регіональний; національний; міжнародний;
- за характером організації: організований; самодіяльний;
- за особливостями маркетингової діяльності: цільовий – на якому рекреаційні заклади реалізують свої цілі; безплідний – який не має перспектив для реалізації конкретних рекреаційних послуг; основний – де забезпечують головну частину рекреаційних послуг, вироблених у регіоні; додатковий – тут продають деяку частину рекреаційних послуг, вироблених у регіоні; зростаючий – що має реальні можливості для зростання обсягів продажу рекреаційного продукту; пошаровий – нестабільний ринок, який за деяких умов може стати цільовим чи неперспективним.

Як бачимо, специфіка рекреаційних послуг дає змогу визначити їх місце у складній диференціації послуг, оскільки попит на рекреаційні послуги формується, враховуючи усвідомлення людиною власних потреб у відновленні життєвих сил організму. Водночас рекреаційні послуги можна структурувати: за обсягами їх надання (базовий та розширений набір рекреаційних послуг), за місцем здійснення рекреації (в межах та поза межами країни проживання), за тривалістю та періодом здійснення рекреаційної діяльності.

Проте рекреаційна діяльність уже не може обмежуватись лише відпочинком, курортно-оздоровчим лікуванням чи пізнавальною діяльністю. Усі види рекреаційної діяльності інтегруються у комплексний рекреаційний продукт – рекреаційну послугу, яка залежить від результатів спільної діяльності між споживачами рекреаційних послуг (рекреантами) та виробниками (суб'єктами господарювання) з метою задоволення індивідуальних потреб у відновленні життєвих сил людини, з одного боку, та отриманням економічної вигоди – з іншого.

Окрім того, розглядаючи рекреаційні послуги з погляду маркетингових досліджень, Н. Мандюк виокремлює якісну структуру ринку рекреаційних послуг, яка представлена нами на (рис. 1) [19]:

1. Потенційний ринок, що становить 10% від усього ринку, тобто всього населення країни чи регіону. Сюди належать люди, які зацікавлені в придбанні рекреаційних послуг.

2. Реальний ринок охоплює осіб, які мають бажання скористатися конкретною рекреаційною послугою, є платоспроможними і мають доступ до одержання цих послуг. Зазвичай, він становить 40% від потенційного ринку.

3. Кваліфікований ринок – частка людей, які мають матеріальні можливості скористатися рекреаційними послугами і не мають будь-яких законодавчих обмежень, обмежень за станом здоров'я тощо. Він становить 20% від потенційного.

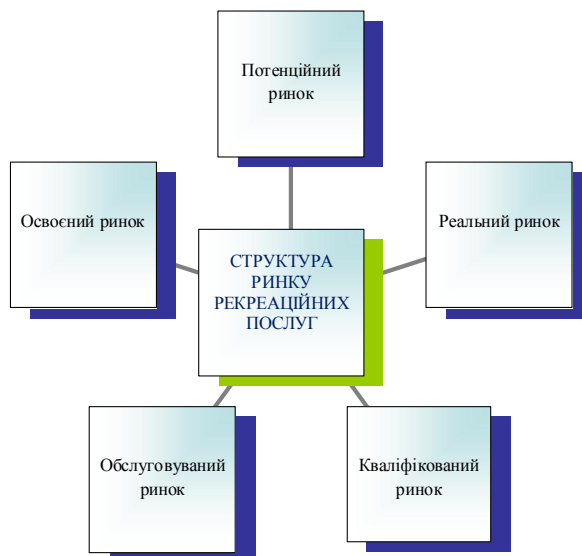


Рис. 1. Структура ринку рекреаційних послуг

4. Обслуговуваний ринок – потенційні споживачі, які можуть вибирати конкретний рекреаційний продукт з усього пропонованого. Переважно це люди, які раніше вже

користувалися подібними рекреаційними послугами. Наприклад, це можуть бути особи, які займаються гірськолижним спортом, і вони обов'язково поїдуть у якийсь із рекреаційних центрів, що пропонує такі послуги. Він становить 10% потенційного ринку.

5. Освоєний ринок – частка осіб, які надають перевагу конкретному рекреаційному продукту. Вона становить 5% від потенційного ринку і 50% від обслуговуваного.

Очевидно, що застосування такої класифікації дає змогу планувати відповідні заходи щодо розвитку рекреаційних послуг та розширення освоєного ринку завдяки обслуговуваному. За цього, потрібно зауважити, що держава є основним, але не єдиним суб'єктом реалізації рекреаційної діяльності. Остання здійснюється також органами місцевого самоврядування, громадськими і професійними організаціями, підприємницькими структурами. Втім, саме держава відіграє ключову роль у визначенні основних пріоритетів та створенні рамкових умов розвитку рекреаційної сфери країни.

Висновки

Отже, природно-кліматичні та історичні умови створили в Україні потужну ресурсну базу для розвитку рекреаційної сфери. Відповідно, розбудова рекреаційної інфраструктури покликана сприяти переорієнтації економіки країни на зростання доданої вартості сфери послуг, підтримку якої є ефективне використання наявного на регіональному рівні ресурсного потенціалу. Рекреаційна діяльність як на загальнодержавному, так і на локальному рівнях, сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги. Під час вивчення ринку рекреаційних послуг належної уваги заслуговують особливості попиту на рекреаційні послуги, який формується, виходячи із функцій, які виконує рекреація, але шкала вагомості кожної з функцій є індивідуальною для кожної особи. Кожен рекреант обирає бажаний набір запропонованих послуг, відмінність полягає лише у типі послуг (відпочинок, подорожі, спортивно-оздоровча діяльність, лікувальна діяльність), тривалості та місці надання і споживання, що залежить від платоспроможності та наявності вільного часу.

А тому ефективна державна та регіональна політика із надання якісних рекреаційних послуг є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджетів різних рівнів, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо) і потребує переходу рекреаційної сфери до самофінансування, самоуправління та саморозвитку.

Предметом подальших розвідок із зазначеної проблематики мають стати розробка доктрини рекреаційних послуг, вивчення європейського досвіду із надання рекреаційних послуг та їх споживання в Україні.

Література

1. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія [Електронний ресурс] / Н. В. Фоменко. — Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr.
2. Shivers J. S. Leisure and recreation concepts: a critical analysis [Text] / J. S. Shivers. — Boston : [s. n.], 1981. — P. 106.
3. Мандюк Н. Суть та специфіка маркетингових досліджень ринку рекреаційних послуг / Н. Мандюк // Вісник Львівського університету імені Івана Франка [Текст]. — 2006. — Вип. 33. — С. 238—243. — (Серія географічна).
4. Нудельман М. С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования [Текст] / М. С. Нудельман. — К. : Наукова думка, 1987. — 129 с.

5. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты [Текст] / [под ред. В. К. Мамутова, А. И. Амоши [и др.]. — К. : Наукова думка, 1992. — 141 с.
6. Дубровский В. И. Гигиена физического воспитания и спорта [Текст] : учеб. для студ. сред. и высш. учеб. завед. / В. И. Дубровский. — М. : ВЛАДОС, 2003. — 512 с.
7. Бобирева О. В. Економічна природа та сутність рекреаційної діяльності / О. В. Бобирева // Культура народів Причорномор'я [Текст]. — 2004. — № 55. — Т. 3. — С. 75—78.
8. Новикова В. І. Територіальна організація рекреаційної діяльності у контексті збалансованого розвитку регіону (на прикладі Черкаської області) [Текст] : дис... канд. геогр. наук : 11.00.02 / В. І. Новикова ; Ін-т географії НАН України. — К. : [б. в.], 2008. — 294 с.
9. Николаенко Д. В. Рекреационная география [Текст] : учеб. пособ. / Д. В. Николаенко, Т. В. Николаенко. — М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. — 288 с.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
11. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер [и др.] ; [пер. с англ.]. — 2-е изд. — СПб. : Вильямс, 1999. — 1152 с.
12. Бобирева О. В. Економічна природа та сутність рекреаційної діяльності... — С. 75—78.
13. Мандюк Н. Суть та специфіка маркетингових досліджень ринку рекреаційних послуг... — С. 238—243.
14. Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фону України [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства екології та природних ресурсів України. — Режим доступу : www.rada.gov.ua.
15. Поколодна М. М. Рекреаційна географія [Текст] : навч. посіб. / М. М. Поколодна ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Х. : ХНАМГ, 2012. — 275 с.
16. Новикова В. І. Територіальна організація рекреаційної діяльності у контексті збалансованого розвитку регіону... — 294 с.
17. Фоменко Н. Організація рекреаційних послуг в санаторно-курортних установах / Н. Фоменко // Рекреация і туризм [Текст] : наук. зап. — 2009. — № 1. — С. 114—118.
18. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты... — 141 с.
19. Мандюк Н. Суть та специфіка маркетингових досліджень ринку рекреаційних послуг... — С. 238—243.

S. Levstov

THE CONCEPT OF RECREATION SERVICE AS A PRODUCT OF RECREATION ACTIVITY

The main approaches to the definition of notions “recreation”, “service”, “recreation service” are highlighted. The analysis of their interaction in the course of implementation of the recreational activities both at the national and regional levels is carried out. The degree of development of the researched problem on increasing the value of recreation services by providing adequate conditions for environmentally safe vital activity of the person, while ensuring high standards of quality of life is studied. The classification of recreation services is given. The qualitative structure of the market of recreation services are revealed and analyzed.

Key words: recreation, service, recreation service, recreational activities, recreational resources, the structure of the market of recreation services.