

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

В статті розглядаються основні засади функціонування ринку туристичних послуг, аналізується сучасний стан туристичної індустрії України, надаються пропозиції щодо сприяння залученню іноземних туристів до України.

Постановка проблеми. На початку XXI століття туризм характеризується стрімким та динамічним розвитком, нарощуючи обсяги послуг, підвищуючи якість і культуру обслуговування.

Успіх туризму зумовлений тим, що в його основі лежить задоволення постійних прагнень людства пізнати навколишній світ. Для багатьох туризм уже не розкіш, а природна необхідність. Туристична діяльність в Україні сприяє розвитку тих територій, де є рекреаційні ресурси і немає перспектив для промисловості. Завдяки розвитку туристичної галузі стало можливим підвищення життєвого рівня населення, розвиток інформаційних та інших технологій, транспорту, громадського харчування, сфери розваг, водночас забезпечується збереження та відновлення пам'яток історії, архітектури, культури.

Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної туристичної індустрії, що являє собою сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів, - проголосивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми й особливості розвитку ринку туристичних послуг, основних засад його функціонування висвітлені у наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як О.Любіцевої, В.Куценко, В.Полюги, Ю.Забалдіної, О.Єрмоленко, О.Бабарикіної, Ю.Гуменюка, І.Давиденко, О.Заруцької, І.Сидоренко, І.Школи та інших. В своїх працях науковці приділяють увагу методології розробки і реалізації державної та регіональної туристичної політики, визначають економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму, передумови виникнення та принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, класифікації їх форм і видів, планування фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної сфери,

прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг, механізму економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території.

Метою статті є дослідження основних засад функціонування ринку туристичних послуг та сучасного стану туристичної індустрії України.

Виклад основного матеріалу. З точки зору економічної діяльності туризм, з одного боку, визначається попитом і споживанням туристичних послуг, а з іншого боку, - належить до товарів і послуг, які виробляються з метою задоволення цього попиту. Туристичний попит це суспільна потреба в туристичному продукті, а туристична пропозиція - сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт. Ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотне перетворення грошових коштів на туристсько-екскурсійні послуги. Любіцева О.О. в своїй праці [2] визначає туристичний ринок – як систему задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних з відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі.

Ефективне функціонування ринку туристичних послуг зумовлене виконанням його суб'єктами слідуючих умов:

- вільна конкуренція виробників туристичного продукту,
- наявність ринку збуту туристичного продукту,
- наявність вільного ринку отримання послуг споживачами,
- забезпечення однаковими умовами в області якості і безпеки продукту, що випускається,
- обґрунтована ціна на туристичний продукт.

Суб'єктами ринку туристичних послуг виступають юридичні та фізичні особи, що займаються виготовленням, просуванням та реалізацією туристичного продукту, а також фізичні та юридичні особи, що безпосередньо надають послуги з розміщення, харчування, перевезення та ін.

Найчастіше на туристичному ринку пропонують наступні види послуг:

- послуги по оформленню туристам віз та закордонних паспортів,
- послуги по перевезенню туристів,
- послуги по розміщенню туристів,
- послуги по забезпеченню туристів харчуванням,
- послуги по задоволенню культурних потреб туристів,
- торгові послуги, що стосуються придбання сувенірів та інших предметів.

Згідно з Стандартною Міжнародною Класифікацією Видів Діяльності в Туризмі (СИКТА), розробленою Всесвітньою Туристичною Організацією та прийнятою

Статистичною комісією ООН у 1993 році, існує класифікація видів туризму за слідуючими ознаками:

- за географічною ознакою (внутрішній та міжнародний туризм);
- за напрямом туристичного потоку (в'їзний та виїзний туризм);
- за метою (рекреаційний, оздоровчий, пізнавальний, професійно-діловий, науковий, спортивний, шоп-тури, пригодницький, паломницький, ностальгічний, екотуризм, екзотичний і т.п.);
- за джерелами фінансування (соціальний, комерційний);
- за способом пересування (пішохідний, авіаційний, морський, річковий, автотуризм, залізничний, велосипедний, змішаний);
- за способами розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, кемпінги, бази відпочинку і т.п.);
- за числом учасників (індивідуальний, груповий, сімейний);
- за організаційною формою (організований і неорганізований) [3].

Туристичний ринок є відкритою системою, на яку впливає безліч факторів, таких як природні, соціально-економічні, політичні. Розрізняють наступні внутрішні чинники, що впливають на формування ринку туристичних послуг: рівень соціально-економічного розвитку країни (зайнятість населення, демографічна ситуація, міграційні процеси, розвиток сфери послуг та транспорту, галузей виробництва, НТП, розселення населення, історичні чинники формування економіки, структура населення); якість життя населення (соціально-культурні, житлово-побутові, екологічні умови життя, рівень прибутків населення тощо); соціально-політична ситуація (суспільний устрій, розвиток громадсько-політичного життя та інше). До зовнішніх чинників впливу на формування та функціонування туристичного ринку можна віднести економічну та політичну стабільність держави, її участь в міжнародних організаціях різного рівня та типу, характер двосторонніх відносин, ступінь інтегрованості в світогосподарську систему, а також моду та імідж [2].

Важливим кроком у створенні нормативно-правових засад дії ринку туристичних послуг стало прийняття Верховною Радою України в 2001 році Закону «Про внесення змін до Закону України «Про туризм». Цей закон визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму. Центральним органом виконавчої влади в області туризму є Державний комітет України по туризму. Місцевими органами державної виконавчої влади в області туризму є відповідні структурні підрозділи у складі органів державної виконавчої влади в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві, Севастополі, підлегли цим органам влади і Державному комітету України по туризму. Для координації діяльності міністерств і відомств в області туризму

створюється Національна рада з туризму, що є позавідомчим колегіальним органом [1]. Ще одним позитивним моментом для розвитку ринку туристичних послуг стало прийняття 29 квітня 2002 року постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002 - 2010 роки". Основною метою програми є створення конкурентоспроможного міжнародного ринку національного туристичного продукту.

Державна туристична адміністрація України приділяє велику увагу розвитку співробітництва з Європейським Союзом з огляду на можливості просування національного туристичного продукту на європейському ринку, залучення до інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності, посилення євроінтеграційних процесів у державі.

Серед найважливіших кроків євроінтеграційної діяльності у галузі туризму є вдосконалення системи забезпечення фінансування. Прийняття бюджетної програми "Забезпечення міжнародної діяльності Державної туристичної адміністрації України" [5] передбачає наступні видатки на:

- адаптацію законодавства України у сфері туризму до директив і стандартів ЄС;
- розбудову інституційних зв'язків з державами-членами ЄС;
- здійснення підготовки кадрів з питань євроінтеграції центральних і місцевих органів виконавчої влади в сфері туризму, враховуючи навчання та стажування у спеціалізованих навчальних закладах держав-членів ЄС;
- проведення в Україні міжнародних спеціалізованих семінарів, конференцій із залученням вітчизняних та іноземних організацій для вивчення передового досвіду організації туристичної діяльності, освоєння туристичних ринків, визначення перспектив розвитку новітніх технологій надання туристичних послуг, формування туристичної стратегії та стандартів обслуговування, а також участь у відповідних заходах за кордоном;
- створення системи пропагування іміджу України як туристичної держави, ефективного маркетингу українського туристичного продукту на європейському ринку;
- інтеграцію інформаційної системи туристичної галузі України до відповідних мереж ЄС.

Сьогодні індустрія туризму України як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи як національний, так і міжнародний ринки.

В туристичній та курортній сфері України нараховується більше 8,7 тис. підприємств, в тому числі 4,3 тис. ліцензованих туристичних операторів та туристичних агенцій, 3,3 тис. санаторно-курортних закладів.

В 2007 році Україна планувала участь в 11-ти міжнародних виставках за кордоном, 18-ти міжнародних виставках на теренах України за рахунок коштів державного бюджету [4].

В 2006 році Україна була представлена на 12-ти міжнародних туристичних заходах за кордоном, зокрема в Австрії, Великобританії, Іспанії, Ізраїлі, Російській федерації. За даними розширеної колегії державної служби туризму та курортів міністерства туризму та культури України [5] в 2006 році Україну відвідали 18,9 млн. іноземних туристів, що на 7% більше ніж в 2005 році. З країн СНД 11,9 млн. осіб (63%), з країн ЄС-6,3 млн. чоловік (33%), з інших країн - 0,6 млн. чоловік (4%) загального в'їзного потоку. Кількість відвідувань України громадянами країн СНД, порівняно з 2005 роком, збільшилось на 9%, кількість туристів з Росії збільшилось на 380 тис. чоловік в 2006 році порівняно з 2005 роком, з Білорусі – на 285 тис. чоловік, з Молдови – на 275 тис. чоловік.

Розвиток туризму залежить від удосконалення механізмів фінансово-кредитної підтримки суб'єктів господарювання галузі та інфраструктури в країні в цілому.

Висновки. На сьогодні існують передумови для розвитку галузі туризму в Україні. Однак для збільшення залучення іноземних туристів необхідно вжити заходів, таких як усунення перешкод, пов'язаних з різними формами власності туристичних підприємств, незадовільним управлінням, спричиненим відсутністю відповідно до підготовлених кваліфікованих кадрів, будівництво нових туристичних об'єктів з високим рівнем комфорту, розширення спортивно-рекреаційних послуг, підвищення якості лікувальних послуг, розширення спектру пропонованих побутових послуг.

Список літератури

1. Закон України «Про туризм» в редакції від 18.11.2003р. № 1282 – IV.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-ге видання перероблене та доповнене – К.: «Альтапрес», 2003. – 436 с.
3. Сервіс в туризмі/ під редакцією Гриценюк Н.І., Бурдейного В.А., Кутузової О.Є. та ін. – Одеса: «Талісман», 2006. – 160 с.
4. Туризм в Україні. Статистичний збірник. – К.: Держкомстат України, 2006. – 184 с.
5. <http://www.world.tourism.org>
6. <http://www.tourism.gov.ua/statistica>

MOMONT T.V. THE MAIN FOUNDATION OF MARKET FUNCTIONING OF TOURIST SERVICES.

In article major principles of functioning of the market of tourist services are considered, the modern condition of the industry of Ukraine is analyzed, offers which promote attraction of foreign tourists in Ukraine are given.

Keywords: tourism, tourist proposal, demand for tourist production, tourist product.

МОМОНТ Т.В. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ.

В статье рассматриваются основные принципы функционирования рынка туристических услуг, анализируется современное состояние туристической индустрии Украины, предоставляются предложения относительно содействия привлечению иностранных туристов в Украину.

Ключевые слова: туризм, туристическое предложение, спрос на туристическую продукцию, туристический продукт.