

УДК 338.48

Горіна Г. О.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

UDC 338.48

Gorina G. O.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**FORMATION OF UKRAINIAN TOURISM MARKET
DEVELOPMENT STRATEGY**

***Мета.** Мета статті — розробка механізму формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України.*

***Методи.** Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, макро- та мікроекономіки, теорії управління. З метою досягнення поставленої мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: узагальнення та систематизації, процесний підхід, програмно-цільовий підхід, системного аналізу та синтезу, графічні методи.*

***Результати.** Запропоновано механізм формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України. Обґрунтовано ключові блоки механізму формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг, а саме: визначення детермінант розвитку ринку туристичних послуг, визначення організаційно-типологічних характеристик ринку туристичних послуг, визначення цілей та вибір типу стратегії, визначення стратегічних пріоритетів реалізації стратегії. Очікуваними результатами реалізації обґрунтованого механізму є забезпечення перманентного, сталого розвитку туристичного ринку України.*

***Ключові слова:** стратегія, розвиток, ринок туристичних послуг, туризм, механізм.*

Постановка проблеми. Детермінація стратегії розвитку ринку туристичних послуг є пріоритетним завданням розбудови туристичної галузі держави, з огляду на її державне позиціонування як інструменту економічного розвитку і підвищення інвестиційної привабливості України. Зазначене підкреслює необхідність вирішення науково-прикладного завдання розробки механізму формування стратегії як теоретико-методологічного базису, що надає комплексне уявлення про сукупність багатоваріативних та різноспрямованих процесів і дій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вирішення питання формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України знайшло своє відображення у роботах низки вітчизняних дослідників, серед яких А. Ю. Алієва [1], М. П. Мальська, А. М. Грищук, Ю. О. Масюк [2], О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька [3], Є. В. Смирнов, О. П. Смирнова [4]. Разом з тим, незважаючи на достатньо велику кількість праць з викладеної проблематики та значущість отриманих наукових результатів, слід зазначити, що існує об'єктивна необхідність розробки механізму, який створює логічно-структуровану послідовність виважених процесів і дій з генерування ефективної стратегії розвитку ринку туристичних послуг України.

© Г. О. Горіна, 2016

Мета статті — розробка механізму формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг наведено як сукупність етапів, яка відображає логіку її побудови через визначення сукупності системних елементів, що забезпечують формування інструментарію щодо її детермінації.

Механізм формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг повинен мати системний та комплексний характер, усі його елементи мають бути взаємопов'язані та цілеспрямовані на досягнення генеральної мети — визначення оптимальної, ефективної стратегії, спроможної забезпечити реалізацію цільових орієнтирів і стратегічних пріоритетів запропонованої концепції.

Генерування стратегії відбувається на підставі дотримання й наслідування низці принципів: цілеспрямованість (націленість на досягнення конкретних цілей); системність (урахування взаємообумовленості та стійкого взаємозв'язку між елементами стратегії); обмеженість ресурсів; комплексність (урахування всіх наявних та потенційних детермінант і деструкторів, які впливають на формування і реалізацію стратегії); альтернативність (необхідність вибору стратегії зі взаємовиключних варіантів); оптимальність (забезпечення оптимальності формування ключових елементів і стратегії в цілому); керованість та підконтрольність (усі процеси і дії з формування стратегії піддаються управлінню і контролю); гнучкість (здатність пристосовуватися і адекватно реагувати на зміни та трансформації середовища формування стратегії); ефективність (досягнення визначеної мети формування механізму стратегії за найменших витрат ресурсів).

Побудова механізму формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг повинна відбуватися з урахуванням: тенденцій розвитку (просторової поляризації, посилення інтеграційних, транснаціоналізаційних процесів, глобалізації, просторової дифузії, кластерізації, конкурентної боротьби); специфічних властивостей ринку (компліментарності, субституції, територіальної роз'єднаності споживача та виробника, схильності до сезонних коливань попиту, невіддільності, одночасності виробництва і споживання, мультиплікативності, мультикультурності, мультинаціональності, диверсифікованості); факторів, що формують ринок (організаційно-економічних, соціально-економічних, природно-кліматичних, культурно-історичних).

Механізм формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг відображає послідовність та взаємодію чотирьох ключових блоків:

- 1) визначення детермінант розвитку ринку туристичних послуг;
- 2) визначення організаційно-типологічних характеристик ринку туристичних послуг;
- 3) визначення цілей та вибір типу стратегії;
- 4) визначення стратегічних пріоритетів реалізації стратегії (рис. 1).

Запропоновані ключові блоки у своїй сукупності створюють логічно-структуровану послідовність виважених процесів і дій з генерування ефективної стратегії розвитку ринку туристичних послуг.

Визначення детермінант розвитку ринку туристичних послуг здійснюється через: оцінку стану та особливостей розвитку світового ринку туристичних послуг; аналіз стану та особливостей розвитку національного ринку туристичних послуг; діагностику архітектури та трансформації поляризаційних процесів на ринку туристичних послуг; діагностику стану концентрації ринку туристичних послуг; облік обмежень розвитку ринку туристичних послуг, який доцільно здійснювати, розподіливши їх на дві групи — внутрішні і зовнішні.

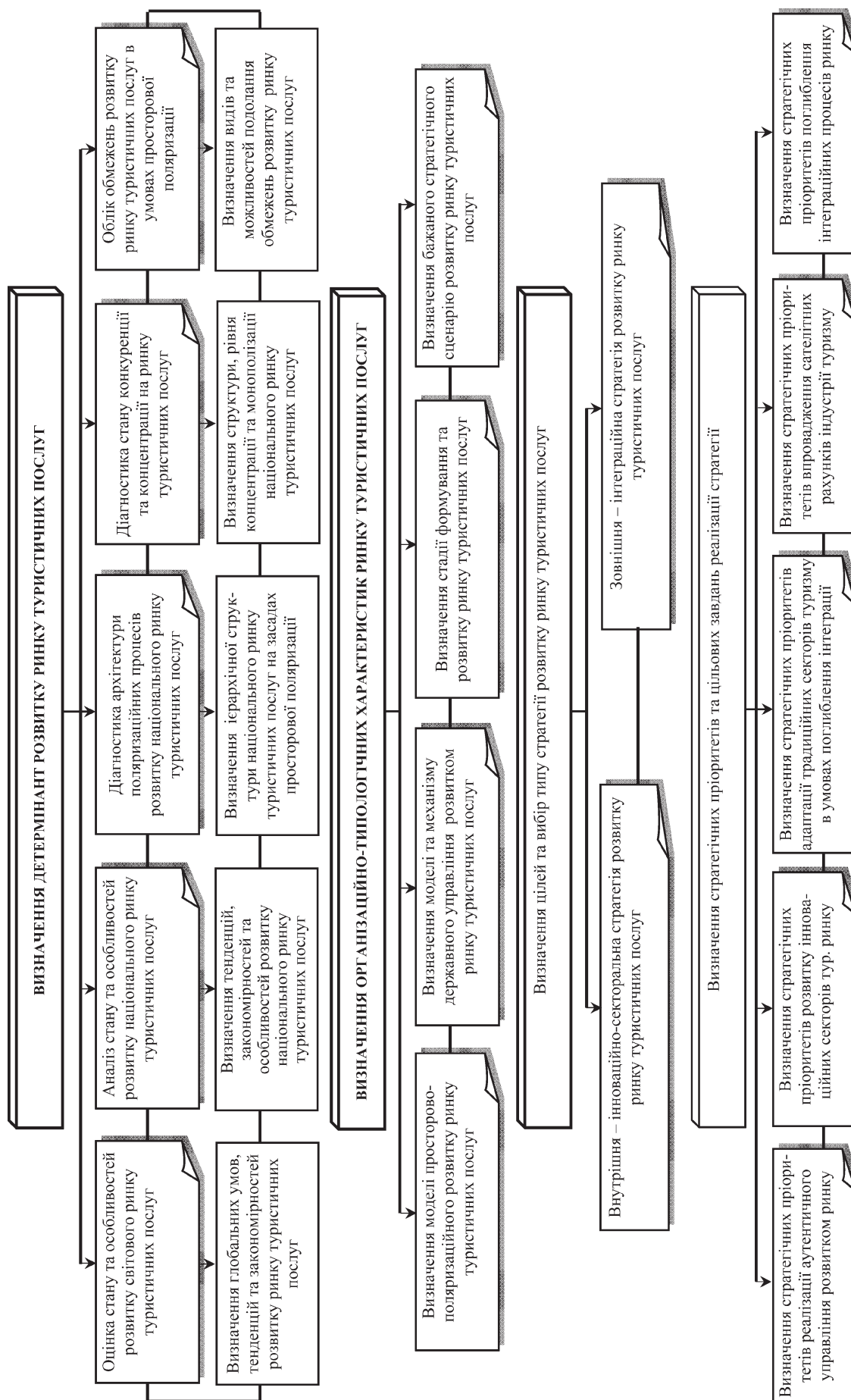


Рисунок 1 — Механізм формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України (розроблено автором)

Внутрішні обмеження окреслюють межу розвитку ринку, викликану недосконалістю або відсутністю ендогенних детермінантів формування ринку, які у свою чергу доцільно розмежувати на історичносформовані базові та інноваційні детермінанти.

Історичносформовані детермінанти розкриваються через оцінку недосконалості, локалізації або відсутності необхідних природно-ресурсних та соціально-демографічних факторів розвитку ринку туристичних послуг, а саме: сприятливого географічного розташування та природно-кліматичних умов, доступу до природних ресурсів, оптимальної близькості до зовнішніх кордонів/центру, наявності достатньої кількості кваліфікаційних трудових ресурсів, рівня продуктивності праці, викликаного соціокультурними особливостями та етнічним складом населення.

Інноваційні детермінанти розкриваються через сукупність обмежень, що стримують, які виникають внаслідок недосконалості інституційно-інфраструктурного забезпечення формування туристичного ринку (транспортної галузевої, наукової інфраструктури, організаційних та інституційних структур), застарілості, неоднорідності, структурної нерівномірності виробничо-господарського комплексу, який забезпечує розвиток туристичної галузі, непривабливого інвестиційного клімату, низької інвестиційної активності, нестабільного політико-економічного становища, недосконалої галузевої політики і стратегії розвитку регіону, неоднорідності бюджетних повноважень та бюджетного фінансування.

Зовнішні обмеження стримують інтеграційно-глобалізаційний розвиток туристичного ринку і проявляються у відсутності екзогенних детермінант розвитку, а саме: інтеграційної, глобалізаційної та зовнішньо орієнтованої.

Визначення організаційно-типологічних характеристик ринку туристичних послуг забезпечується шляхом: визначення моделі просторово-поляризаційного розвитку ринку туристичних послуг (модель «Центр», модель «Напівпериферія», модель «Передова Периферія» та модель «Глибока периферія») на підставі дефініції їх специфічних ознак; визначення моделі та механізму державного управління розвитком ринку туристичних послуг на підставі визначення ступеню централізації та децентралізації управління й регулювання туристичної галузі; визначення стадії розвитку ринку туристичних послуг (початкова стадія, накопичувальна стадія, стадія консолідації та стагнації); визначення бажаного стратегічного сценарію розвитку ринку туристичних послуг — активного, який розглядає туризм як каталізатор інноваційно-інтеграційного розвитку держави, та пасивного, який визначає туризм як каталізатор соціально-економічного розвитку держави.

Визначення цілей та вибір типу стратегії розвитку ринку туристичних послуг. Необхідність паралельної активізації внутрішнього і зовнішнього векторів розвитку національного ринку туристичних послуг обумовлюють необхідність розробки двох взаємопов'язаних та взаємообумовлених напрямків кумулятивної стратегії: внутрішнього, який забезпечується інноваційно-секторальною стратегією розвитку ринку туристичних послуг, і зовнішнього, який реалізується за допомогою інтеграційної стратегії розвитку. Реалізація інноваційно-секторальної стратегії можлива за рахунок розбудови нетрадиційних для України видів туризму, а саме: промислового, сільського та івент-туризму, з огляду на наявність приваблюваних об'єктів туризму та базових детермінант, спроможних забезпечити їх розвиток. Реалізація інтеграційної стратегії можлива за рахунок поступової інтеграції національного ринку туристичних послуг до європейського туристичного простору з імплементацією провідних світових стандартів, урахуванням міжнародних практик ведення туристичного бізнесу і лібералізації візового режиму між Україною та ЄС.

Визначення стратегічних пріоритетів і цільових завдань реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг розглядається як заключний етап механізму її формування. Здійснення цього науково-практичного завдання виявляється доцільним реалізувати через виокремлення ґрунтового переліку цільових завдань стратегічних пріоритетів окремих напрямків реалізації стратегії, а саме: аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг, розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг, адаптації традиційних секторів туризму, впровадження сателітних рахунків індустрії туризму — внутрішній вектор реалізації стратегії; поглиблення інтеграційних процесів ринку туристичних послуг — зовнішній вектор реалізації стратегії, з окресленням основних механізмів забезпечення їх реалізації.

Обґрунтування блоку цільових завдань реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг дозволить визначити послідовність їх реалізації шляхом ранжування, враховуючи значущість для досягнення бажаного сценарію розвитку ринку.

Цільові завдання реалізації аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг полягають в удосконаленні інституційного забезпечення розвитку локальних туристичних ринків, розбудові туристичної та супутньої інфраструктури міст України, відновленні занедбаних туристичних об'єктів, включенні до туристичної індустрії нетрадиційних для туризму в Україні міст і регіонів, поширенні інформації щодо туристичного бренду локальних дестинацій, підвищенні інтересу до культурної спадщини, історії та сучасності рідного краю, держави.

Цільові завдання розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг полягають у розбудові/удосконаленні інституційно-інфраструктурного забезпечення розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг, розробці та впровадженні освітніх програм підготовки професійних кадрів інноваційних секторів туризму, набутті світового досвіду управління, регулювання й розвитку інноваційних видів туризму, формуванні конкурентоспроможних пакетних продуктів подієвого, промислового, сільського туризму, залученні цільових іноземних інвестицій та коштів міжнародних фондів на розбудову інноваційних секторів.

Цільові завдання адаптації традиційних секторів туризму в умовах інтеграції охоплюють оновлення матеріально-технічної бази об'єктів туристичного обслуговування, підвищення якості та стандартів обслуговування, перехід на міжнародні освітні програми і стандарти підготовки фахівців у сфері туризму, перехід на міжнародні стандарти ISO у сфері туризму, перехід на міжнародні стандарти, які забезпечують сталий розвиток туризму.

Цільові завдання впровадження сателітних рахунків індустрії туризму полягають у забезпеченні удосконалення системи статистичної звітності у сфері туризму і курортів, високого рівня внутрішньої узгодженості статистики туризму із загальною статистичною системою країни, підвищенні рівня міжнародної порівнянності національних даних зі статистики туризму, що можливо забезпечити за рахунок впровадження рекомендованої UNWTO системи сателітних рахунків туризму.

Цільові завдання поглиблення інтеграційних процесів розвитку ринку туристичних послуг охоплюють забезпечення розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму і курортів, поступового поглиблення євроінтеграційних процесів ринку туристичних послуг, формування позитивного туристичного іміджу держави на міжнародній арені та міжнародної конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

Висновки. Таким чином, запропонований механізм формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України, ключовими блоками якого є визначення детермінант розвитку ринку туристичних послуг, визначення організаційно-типологічних характеристик ринку туристичних послуг, визначення цілей та вибір типу стратегії, визначення стратегічних пріоритетів реалізації стратегії, сприяє забезпеченню формування конкурентоспроможного ринку туристичних послуг України як чинника досягнення перманентного розвитку туристичної галузі держави.

Список літератури/References

1. Алієва, А. Ю. Стратегічні завдання розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг / А. Ю. Алієва // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. — 2016. — Вип. 1(2). — С. 99–101.

Aliieva, A. Yu. (2016). *Stratehichni zavdannia rozvytku transkordonnoho rynku turystychno-rekreatsiinykh posluh* [Strategic objectives of transborder tourist and recreational market development]. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhhorod University], no. 1(2), pp. 99–101.

2. Мальська, М. П. Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму: можливості та перспективи для України / М. П. Мальська, А. М. Грищук, Ю. О. Масюк // Економічний часопис-XXI. — 2015. — № 155(11–12). — С. 78–81.

Malska, M. P., Hryshchuk, A., M. & Masiuk, Yu. O. (2015). *Vprovadzhennia zarubizhnoho dosvidu stratehichnoho upravlinnia rozvytkom turyzmu: mozhlyvosti ta perspektyvy dlia Ukrainy* [Implementation of international experience in strategic management of tourism development: opportunities and prospects for Ukraine]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI* [Economic Annals-XXI], no. 155(11–12), pp. 78–81.

3. Савицька, О. П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти / О. П. Савицька, Н. В. Савицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. — 2013. — № 754. — С. 68–74.

Savitska, O. P., Savitska N. V. (2013). *Stratehiia rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini: rehionalni aspekty* [Strategy of developing tourism industry in Ukraine: regional aspects]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»* [Visnyk of the Lviv Polytechnic National University], no. 754, pp. 68–74.

4. Смирнов, Є. В. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] / Є. В. Смирнов, О. П. Смирнова // Економіка та держава. — 2016. — № 8. — С. 28–34.

Smyrnov, Ye. V., Smyrnova, O. P. (2016). *Stratehichni imperatyvy rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy* [Strategic imperatives of development of tourism in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], no. 8, pp. 28–34.

Цель. Цель статьи — разработка механизма формирования стратегии развития рынка туристических услуг Украины.

Методы. Теоретико-методологической базой исследования стали положения экономической теории, макро- и микроэкономики, теории управления. Для достижения поставленной цели в работе использовались следующие методы исследования: обобщения и систематизации; процессный подход; программно-целевой подход; системного анализа и синтеза; графические методы.

Результаты. Предложен механизм формирования стратегии развития рынка туристических услуг Украины. Обоснованы ключевые блоки механизма формирования стратегии развития рынка туристических услуг, а именно: определение детерми-

нант развития рынка туристических услуг, определение организационно-типологических характеристик рынка туристических услуг, определение целей и выбор типа стратегии, определение стратегических приоритетов реализации стратегии. Ожидаемыми результатами реализации обоснованного механизма является обеспечение перманентного, устойчивого развития туристического рынка.

Ключевые слова: стратегия, развитие, рынок туристических услуг, туризм, механизм.

Objective. The objective of the article is to develop the mechanism of Ukrainian tourism market forming strategy.

Methods. Theoretical and methodological basis of the study are the provisions of the economic theory, macro- and microeconomics, management theory. To achieve the research goal, the following methods are used: generalization and systematization, process approach, program-target approach, system analysis and synthesis, graphical methods.

Results. The mechanism of Ukrainian tourism market forming strategy is offered. The key blocks of the mechanism of Ukrainian tourism market forming strategy are substantiated, namely: determination of the tourism market development determinants, determination of the tourism market organizational and typological characteristics, definition of objectives and choosing the type of strategy, identification of strategic priorities for the strategy implementation. The expected results of the reasonable mechanism implementation are to provide permanent, sustainable tourism market development.

Key words: strategy, development, tourism service s market, tourism, mechanism.

Надійшла до редакції 30.11.2016