

В.А. Віннікова, доц. (ХДУХТ, Харків)

В.В. Віннікова, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

РОЗВИТОК І СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Ринок туристично-рекреаційних послуг – це поєднання відповідних технологій виробництва послуг і методів організації туристично-рекреаційної діяльності.

У плані маркетингу будь-якого туристично-рекреаційного закладу мають бути передбачені запитання:

– Яка ситуація з наявністю туристично-рекреаційних послуг?

– Який попит на ринку на ті чи інші послуги?

– Які виробничі та трансфертні затрати на виробництво та реалізацію послуги, тобто яка її собівартість?

– Яка споживацька вартість послуги на місцевому ринку?

– Яка купівельна спроможність населення?

– Які вигравні сторони послуг, що пропонуються в порівнянні з існуючими аналогами?

Чи існують освітні, маркетингові, рекламні умови для впливу на формування потреби в послугах санаторно-курортного характеру?

Ринок туристично-рекреаційних послуг представлений перш за все двома групами послуг: туристичними і санаторно-курортними.

Туризм – це діяльність людей, які мандрують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища (місця проживання) протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, із метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Туризм є одним з основних напрямів розвитку економіки України та регіонів. Останнім часом багато регіонів розглядають туристичний бізнес як один із основних джерел отримання фінансових ресурсів і ведуть гостру конкурентну боротьбу між собою за потенційних клієнтів.

Основне завдання туристичної сфери полягає не лише в наданні відповідних послуг, але і в пошуку оптимальних шляхів підвищення ефективності діяльності галузі. Тому для виявлення проблем українського туризму буде доцільним розглянути стан цієї сфери діяльності на світовому ринку і порівняти його із ситуацією, що склалася в Україні. Саме таким шляхом, але враховуючи особливості та специфічні ознаки нашої країни, можна виявити сильні та слабкі сторони функціонування сфери туризму, ризики і можливості для подальшого розвитку.

Туризм є однією з найприбутковіших галузей світової економіки. За своєю економічною віддачею він давно вийшов на провідні позиції. Як свідчить світовий досвід, у багатьох країнах світу туризм є головним наповнювачем бюджетів усіх рівнів. Кожен долар, вкладений у розвиток туризму, забезпечує прибуток від 50 до 300 дол. США. У світі на цю сферу діяльності припадає близько 10% виробленого валового продукту та 30% обсягу світової реалізації послуг, 7% світових капіталовкладень. Кількість міжнародних туристичних подорожей постійно зростає. Відповідно, прискореними темпами підвищуються й доходи від готельно-туристичних послуг.

У перспективі особливу увагу слід звернути на розвиток внутрішнього туризму, орієнтованого на вітчизняного споживача. Такий підхід дозволить зменшити відтік фінансових ресурсів і сприятиме подальшому розвитку туристичної індустрії та підвищенню конкурентоспроможності території.

Туристична діяльність відіграє велику роль у піднесенні економіки, в тому числі й за рахунок зростання основних фінансово-економічних показників діяльності туристичної сфери.

Останнім часом у сфері туризму активного розвитку набув процес диверсифікації. Головними передумовами та чинниками цього є глобалізація, а також поглиблення кризових явищ як у світовій економіці, так і в умовах національного економічного комплексу. В цих обставинах, перш за все в сільській місцевості, спостерігається зростання безробіття, а відсутність коштів у бюджетах усіх рівнів змушує шукати розв'язання цих проблем, у тому числі шляхом розвитку сільського, зеленого, екологічного та інших видів туристичного обслуговування населення.

Екотуризм розпочав свій розвиток у 70-х роках минулого століття. Метою його було зупинити масовий відтік населення із сільської місцевості до міста. Водночас у мешканців великих міст виникла потреба спілкування з природою, відпочинку на чистому повітрі, у природній тиші; бажання споживати натуральні продукти харчування.

Надзвичайно актуальною проблемою є формування туристичної інфраструктури, максимальне залучення до цього процесу як зовнішнього, так і внутрішнього інвестора. У свою чергу, поліпшення інфраструктурного потенціалу, як свідчить досвід інших країн, сприяло б збільшенню чисельності іноземних туристів в усіх регіонах.