

СПЕЦИФІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Ткаченко С.Ю., здобувачка*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм, у багатьох країнах світового співтовариства, став останнім часом однією із найбільш розвинених та вельми перспективних галузей економічної системи держави, каталізатором розвитку її експортного потенціалу. Туризм, серед іншого, забезпечує посилення та розширення міжнародної взаємодії, сприяє активному впровадженню інноваційно-інвестиційних процесів, а також обумовлює відродження суміжних галузей. Крім того, туризм є важливим базисом забезпечення соціально-економічного розвитку держав, зайнятості їх населення, подолання бідності тощо. На сферу туризму припадає орієнтовно 10 % у структурі світового валового продукту, більш ніж 30 % від загального обсягу загальносвітової торгівлі послугами, майже 10 % світових інвестицій та кожне 11-те робоче місце у світовій зайнятості населення [5, с. 100].

До структури туристичної індустрії України входять галузі, що беруть безпосередню участь у створенні та пропозиції на ринку туристичного продукту, зокрема це: готельне господарство; туropolерейтинг; туристичні агентства; громадське харчування; транспортна інфраструктура; екскурсійно-пізнавальне обслуговування; індустрія розваг; роздрібна торгівля тощо. Більше того туристична сфера взаємопов'язана з додатковими та супутніми галузями, що забезпечують створення туристичного продукту: IT; комунально-побутове обслуговування; консалтингові служби; страхові компанії; рекламні агентства; кадрові агентства; навчальні та науково-дослідні установи; галузі матеріального виробництва, що здійснюють виробництво товарів туристичного споживання і забезпечують функціонування підприємств туристичної індустрії; сільськогосподарське виробництво; харчова промисловість; лісове та мисливське господарство тощо [4].

Процес формування потужного збалансованого ринку туристичних послуг являє собою надскладну багатоступеневу систему розвитку взаємопов'язаних між собою елементів, що перебувають у тісному взаємозв'язку, постійній взаємодії та багатоаспектному інтенсивному взаємовпливі [2-3].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

На процесі формування та розвитку ринку туристичних послуг у структурі національної економіки здійснюють потужний вплив чотири групи чинників [1, с. 121-122]: організаційно-правові; соціально-економічні; природно-кліматичні; культурно-історичні. Організаційно-правові чинники містять: розвинену туристичну інфраструктуру; сформовану нормативно-правову базу; обсяг сукупного попиту на ринку та його динаміку; рівень забезпеченості економічними ресурсами; ємність ринку та перспективи його розширення; сприятливий інноваційно-інвестиційний клімат; податково-кредитну, валютно-фінансову, прикордонну політики тощо. Соціально-економічні чинники у своїй структурі містять рівень реального доходу населення, якість та тривалість його життя, освітній рівень, чисельність та структуру населення країни тощо. Природно-кліматичні чинники містять потужний багатоманітний природно-географічний потенціал, сприятливі природно-кліматичні умови, стан екологічної безпеки тощо. Культурно-історичні чинники передбачають наявність розгалуженої мережі релігійних, культурних, історичних пам'яток тощо.

Ринок туристичних послуг можна охарактеризувати за допомогою його унікальних властивостей та специфічних ознак, основними з яких є [1, с. 125]:

- комплементарність – наявність широкого спектру туристичних товарів та послуг, що добре взаємодоповнюють одне одного;
- субституція – можливість здійснення вільної взаємозаміни окремих компонентів, що формують комплексний туристичний продукт;
- істотна просторова туристична поляризація – суттєва залежність діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг від нерівномірності регіонального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, освоєння природно-рекреаційного потенціалу, диспропорції туристичних потоків та кліматичних особливостей окремих територій;
- територіальна віддаленість споживача та виробника, що має компенсуватися створенням потужної транспортної інфраструктури;
- схильність, за окремими туристичними напрямками, до сезонних коливань попиту;
- неподільність, одночасність виробництва та споживання туристичної послуги, що пов'язана з такими її базовими властивостями, як нездатністю до збереження і накопичення, статичністю створення тощо;
- мультиплікативний ефект від надання туристичних послуг, тобто тісний взаємозв'язок із залученням різних галузей національної економіки у процес створення туристичного продукту;

– мультикультурність та багатонаціональність туризму – відкритість туристичної індустрії країни для туристів з усіх куточків світу;

– диверсифікованість туристичного ринку – виявляється у наявності потужної сегментованості ринку та цінкових ніш на ньому, у великій кількості різноманітних туристичних послуг та різних за комплексністю туристичних продуктів, спроможних задовільнити спеціалізовані та специфічні туристичні мотиви і потреби, що створюють попит на об'єкти ринкових взаємовідносин тощо.

Отже, для покращення стану ринку туристичних послуг в Україні необхідно здійснити комплекс невідкладних заходів, спрямованих на: удосконалення існуючої нормативно-правової бази та приведення її у відповідність до законодавства ЄС; стимулювання розвитку туристичної діяльності шляхом лібералізації фінансово-кредитної політики; впровадження інновацій; створення сприятливого інвестиційного клімату; активізацію та посилення як внутрішньої, так і зовнішньої інформаційної пропаганди туризму в Україні; удосконалення освітніх програм підготовки фахівців для туристичної галузі з урахуванням сучасних реалій та тенденцій; розвиток транспортної інфраструктури; посилення державного захисту об'єктів історико-культурної спадщини тощо.

Бібліографічний список:

1. Горіна Г.О. Теоретико-організаційні засади розробки механізму формування ринку туристичних послуг. *Бізнес Інформ*. 2016. № 12. С. 121-126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_12_20

2. Грідін О.В. Напрями удосконалення системи мотивації персоналу туристичних фірм України. *Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва: матеріали Всеукраїнської конференції*, (25 травня 2022 р.): тези доповіді. Дубляни: Львівський національний університет природокористування, 2022. С. 330-333.

3. Грідін О.В., Зайка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, (02 листопада 2022 р.): тези доповіді. Харків: ДБТУ, 2022. С. 260-261.

4. Куценко В.І. Диверсифікація ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2011. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_17

5. Остап'юк Н.І., Камад Г.А. Сучасний стан та проблеми розвитку туристичного ринку України. *Карпатський край*. 2018. № 1-2. С. 100-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kkr_2018_1-2_13