

Г. О. Горіна,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та туризму, Донецький національний
університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ

G. Gorina,
PhD, associate professor, associate professor of the International Economics and Tourism Department
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhajlo Tugan-Baranovsky

THE CONCEPTION OF FORMATION AND MANAGEMENT DEVELOPMENT OF TOURISM MARKET IN TERMS OF SPATIAL POLARIZATION

У статті запропоновано концепцію формування та управління розвитком ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації, реалізація якої заснована на кумулятивній взаємодії інституційно-правового, соціально-економічного та інтеграційного векторів. Конститутивні директиви формування та реалізації концепції запропоновано визначати двома блоками, а саме: передумовами формування концепції та передумовами реалізації концепції. Передумови формування концепції визначають необхідність та практичну можливість формування ринку туристичних послуг. Передумови реалізації концепції є комплексом заходів, які необхідно врахувати перед її безпосереднім втіленням. Ключовою передумовою реалізації концепції запропоновано визначати просторово поляризаційну складову. В залежності від повноти досягнення очікуваних цільових орієнтирів, стратегічних пріоритетів та векторів реалізації концепції запропоновано два загальні сценарії формування та розвитку ринку туристичних послуг: активний та пасивний, визначено очікуваний ефект їх реалізації.

The concept of formation and management of tourism market in terms of spatial polarization is suggested. Implementation of the concept is based on the cumulative interaction of institution-legal, socio-economic and integration vectors. Constitutive directives of forming and implementation of the concept proposed to determine by two blocks, namely prerequisites of the concepts formation and prerequisites of the concepts implementation. Prerequisites of the concepts formation determine the need and feasibility of the tourist market formation. Prerequisites of the concepts implementation is a set of measures that must be considered before its practical implementation. As a key prerequisite of the concepts implementation suggested to determine the spatial polarization component. Depending on the completeness of achieving the expected targets, strategic priorities and vectors of the concept implementation offered two general scenarios of the tourist market formation and development: active and passive. The expected effect of their implementation is identified.

Ключові слова: концепція, управління розвитком, туризм, ринок туристичних послуг, просторова поляризація.

Key words: concept, management development, tourism, tourism market, spatial polarization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток ринку туристичних послуг, який характеризується компліментарністю, субституцією, конвергентністю, наявністю специфічних властивостей його фун-

кціонування та характерної взаємодії суб'єктів, вимагає розбудови концептуальних засад його формування, з урахуванням теоретико-методологічного та організаційно-економічного забезпечення.



Рис. 1. Конститутивні директиви формування та реалізації концепції формування та управління розвитком ринку туристичних послуг

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Значний природньо-рекреаційний, культурно-історичний потенціал туристичної галузі держави, можливість сприяти перманентному розвитку економіки країни спонукає науковців до дослідження різноманітних аспектів формування та функціонування ринку туристичних послуг в умовах об'єктивних процесів просторової поляризації, глобалізації та інтеграції до світового туристичного простору. Вагомий внесок до розбудови теоретико-методологічних та концептуальних засад формування та розвитку ринку туристичних послуг було зроблено низкою вітчизняних та зарубіжних дослідників, серед яких Биркович В.І. [1], Василюха Н.В. [2], Красавцева Л.Ю. [3], Любіцева О.О. [4], Мальська М. [5], Мельниченко О.А. [6], Саух І.В. [7; 8], Хлопяк С.В. [9] та інші. Разом з тим, сучасний етап функціонування національного ринку туристичних послуг вимагає побудови злагодженої, кумулятивної концепції формування та управління його розвитком з урахування поляризаційних процесів туристичного простору. Відсутність ґрунтовних напрацювань з приводу вирішення зазначеного науково-практичного завдання обумовлює актуальність дослідження.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є розробка кумулятивної концепції формування та управління розвитком ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Концепцію пропонується формувати та реалізувати на засадах кумулятивної взаємодії інституційно-правового, соціально-економічного та інтеграційного векторів розвитку ринку туристичних послуг.

Інституційно-правовий вектор базуватиметься на розбудові нормативно-правової підґрунтя формування ринку туристичних послуг. Метою реалізації інституційно-правового вектору є створення дієвого інституційно-законодавчого базису розвитку ринку туристичних послуг, що відповідає сучасним світовим та європейським стандартам забезпечення його функціонування.

Метою реалізації соціально-економічного вектору є забезпечення підвищення зайнятості населення на ринку туристичних послуг та збільшення частки надходжень до ВВП та бюджетів всіх рівнів з дотримання теоретичних положень та практичних засад стійкого розвитку туризму.

Інтеграційний вектор базуватиметься на заходах з розширення міжнародного співробітництва з іншими державами, активної задіяності України у міжнародних та регіональних туристських організаціях та асоціаціях, гармонізації національного законодавства у сфері туризму з міжнародним законодавством, спрощення прикордонних, митних та візових туристичних формальностей, позиціонування національного ринку туристичних послуг в якості одного з провідних туристичних напрямків у Європі тощо.

Метою реалізації інтеграційного вектору є використання міжнародної взаємодії у галузі туризму для зміцнення взаєморозуміння і довіри між країнами, застосування туризму для розвитку взаємовигідних та паритетних економічних, торговельних, дипломатичних відносин, створення на взаємній основі сприятливих умов для туристичного обміну, організації технічної співпраці, спрощення туристичних формальностей.

Нормативно-правдивим підґрунтям створення концепції формування та управління розвитком ринку туристичних послуг служили Закони України, підзаконні

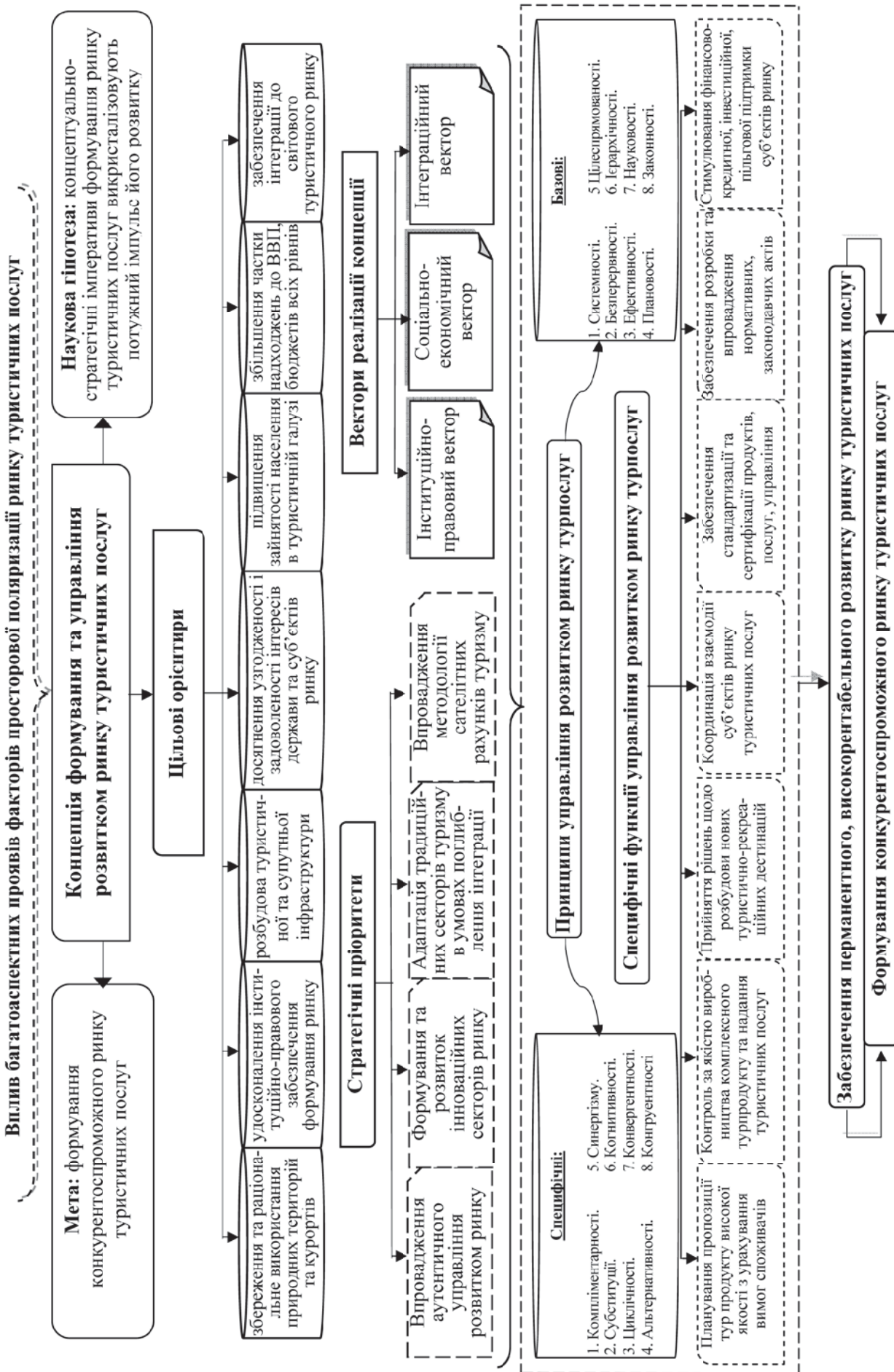


Рис. 2. Кумулятивна концепція формування та управління розвитком ринку туристичних послуг

акти, нормативні документи зі стандартизації та сертифікації у сфері туризму. Мета, цільові орієнтири, стратегічні пріоритети та вектори реалізації концепції було визначено спираючись на результати аналізу світового та національного ринку туристичних послуг, сучасні тенденції притаманні туристичній галузі. Запропонована концепція за своїм задумом не суперечить та суттєво доповнює Концепцію державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року.

Конститутивні директиви пропонується визначати двома блоками, а саме: передумовами формування концепції та передумовами реалізації концепції (рис. 1). Перші визначають необхідність та практичну можливість формування ринку туристичних послуг, тоді як останні являють собою комплекс заходів, які необхідно врахувати перед її безпосередньою реалізацією.

Ключовою передумовою реалізації концепції є просторова поляризаційна складова, яка визначає умови функціонування суб'єктів туристичного ринку у певному географічному та економічному просторі, створює базис стратегічного розвитку ринку та виявляється в урахуванні детермінантів поляризації туристичного простору, які доцільно поділити на дві групи: історично-сформовані базові детермінанти та актуальні інноваційні детермінанти. Саме вплив багатоаспектних проявів факторів просторової поляризації ринку туристичних послуг створює базис для його формування, визначає наявність ринко-формуючих факторів, притаманних певній економіко-географічній території.

Схематично концепцію формування та управління розвитком ринку туристичних послуг подано на рисунку 2.

Метою реалізації концепції є формування конкурентоспроможного ринку туристичних послуг через забезпечення його перманентного та високорентабельного розвитку.

Базовими для реалізації запропонованої концепції є принципи системності, безперервності, ефективності, плановості, цілеспрямованості, ієрархічності, науковості, законності.

Специфічні властивості ринку туристичних послуг, характерні загрози та ризики його формування, залежність від факторів просторової поляризації, необхідність врахування сучасних тенденцій розвитку ринку, вимагають застосування додаткових специфічних принципів, які відображають постулати характерні концепції формування та управління розвитком саме туристичного ринку, серед яких принципи: компліментарності, субституції, циклічності, альтернативності, синергізму, когнитивності, конвергентності, конгруентності.

У рамках запропонованої концепції специфічними функціями є: планування пропозиції туристичного продукту високої якості з урахування вимог споживачів; контроль за якістю виробництва комплексного туристичного продукту та надання туристичних послуг; прийняття рішень щодо розбудови нових туристично-рекреаційних дестинацій; координація взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; забезпечення стандартизації та сертифікації продуктів, послуг, управління; за-

безпечення розробки та впровадження нормативних, законодавчих актів; стимулювання фінансово-кредитної, інвестиційної, пільгової підтримки суб'єктів ринку.

Серед стратегічних пріоритетів реалізації концепції виокремлено: впровадження аутентичного управління розвитком ринку, формування та розвиток інноваційних секторів ринку, адаптація традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграції, впровадження методології сателітних рахунків туризму.

Впровадження аутентичного управління розвитком національним ринком туристичних послуг, яке ґрунтуватиметься на специфічних туристичних можливостях місцевих ринків. Таке управління необхідно здійснювати на засадах урахування асиметричності інфраструктурного розвитку локальних ринків та просторової поляризації розміщення ринко-формуючих факторів, що дозволить підвищити темпи економічного зростання та скоротити майнову нерівність та бідність серед населення через використання місцевих конкурентних переваг.

Формування та розвиток інноваційних секторів ринку повинно відбуватися за рахунок включення до туристичної індустрії не традиційних для туризму в Україні міст — промислових регіонів; розбудови сучасних видів туризму — сільського, зеленого, індустріального тощо; відновлення занедбаних туристичних об'єктів — замків, фортець, палаців. Паралельно необхідно запроваджувати національні програми з підвищення інтересу громадян до культурної спадщини, історії та сучасності рідного краю, держави; підвищення обізнаності населення щодо туристичних пам'яток України; підвищення туристичного іміджу держави серед населення на локальних та національному ринках туристичних послуг.

Адаптацію традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграції необхідно здійснювати враховуючи сучасні світові та європейські стандарти обслуговування туристів; концептуальні основи стійкого розвитку туризму, визначені у низці міжнародних договорів, конвенцій і декларацій; впровадження та дотримання міжнародного стандарту ISO/TC 228 — Туризм та послуги у сфері туризму та суміжних стандартів.

Впровадження сателітних рахунків індустрії туризму в систему національних рахунків необхідно здійснити, з метою сприяння міжнародної порівняльності та гармонізації, визначення вагомості туризму для національної економіки, обсягів туристського споживання та економічну ефективність туризму для держави. Впровадження необхідно реалізовувати на підставі Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму 2008 (International Recommendations for Tourism Statistics 2008 — IRTS 2008) та Рекомендацій по методології допоміжних рахунків індустрії туризму (Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 — TSA: RMF 2008).

Визначені та запропоновані цільові орієнтири, стратегічні пріоритети та вектори реалізації концепції є взаємообумовленими, взаємозв'язаними елементами, які у своїй компліментарній взаємодії створюють змістовне наповнення архітектоніки концепції, яка є складною поліаспектною гетерогенною системою.



Рис. 3. Сценарії розвитку ринку туристичних послуг у залежності від повноти реалізації концепції

Ефективність застосування концепції формування та управління розвитком ринку туристичних послуг залежить від чіткого розмежування стадійності її здійснення з визначенням задач та пріоритетних напрямків кожного етапу, окреслення часового інтервалу реалізації кожного окремого етапу. Впровадження запропонованої концепції пропонується здійснити у три послідовні етапи.

Перший етап реалізації концепції передбачає оцінку передумов її реалізації, а саме: визначення ступеню впливу факторів просторової поляризації ринку; моніторинг та врахування стримуючих факторів формування ринку туристичних послуг (фінансових, інноваційних, інтелектуально-кадрових, політико-правових, комунікаційних, екологічних, безпекових); діагностику специфічних властивостей ринку, спроможних здійснити вплив на стратегічні пріоритети та вектори його формування; аналіз найсуттєвіших та найвпливовіших процесів розвитку ринку, які генерують його сучасні тенденції. На цьому етапі визначається часовий лаг реалізації як усієї концепції в цілому, так і окремих її етапів.

Другий етап концепції передбачає безпосередню реалізацію обраних векторів. Враховуючи обґрунтований та доведений щільний взаємозв'язок, взаємозалежність та взаємообумовленість між елементами концепції, у якості яких виступають цільові орієнтири та стратегічні пріоритети, та наявність беззаперечної компліментарності та кореляції між її векторами, їх реалізацію пропонується здійснювати симультанне. Паралельне втілення окреслених напрямків служитиме об'єктивною умовою синергії, емерджентності та виникненню свержаддїтивного ефекту за результатом їх цілісної реалізації.

Третій етап концепції забезпечує діагностику ефективності її реалізації як за окремими напрямками, так і за ступеням досяжності сформульованої мети. Отже, результативність концепції пропонується визначити за

допомогою послідовної оцінки її ключових компонентів:

1. Оцінка досягнення цільових орієнтирів концепції.
2. Визначення ступеню здійснення стратегічних пріоритетів концепції.
3. Встановлення повноти реалізації запропонованих векторів концепції.
4. Оцінка досягнення центральної мети концепції.

У залежності від повноти досягнення очікуваних цільових орієнтирів, стратегічних пріоритетів та векторів реалізації концепції пропонується два загальні сценарії формування та розвитку ринку туристичних послуг: активний та пасивний.

Активний сценарій розвитку ринку туристичних послуг виявляється можливим за рахунок комплексного впровадження соціально-економічного, інституційно-правового та інтеграційного векторів реалізації концепції і призводить до викристалізування туризму у якості каталізатора інноваційно-інтеграційного розвитку держави.

Пасивний сценарій розвитку орієнтується на здійснення соціально-економічного та інституційно-правового напрямів реалізації концепції та сприяє перманентному соціально-економічному розвитку держави за рахунок розбудови суто локальних факторів росту та подолання внутрішніх деструктивних факторів (рис. 3).

Разом з тим, необхідно зауважити, що кожен сценарій носить позитивний характер, окреслюючи кількісні та якісні зміни як у структурі ринку туристичних послуг, так і в національній економіці в цілому.

У результаті повної реалізації концепції формування та управління розвитком ринку туристичних послуг крім визначених цільових орієнтирів очікується:

- підвищення в'їзних, виїзних, міжнародних, національних туристичних потоків та потоків у межах держави;

- підвищення валютних надходжень до країни;
- збільшення кількості суб'єктів ринку туристичних послуг, особливо в сегменті продукування комплексного туристського продукту та його дистрибуції — туристичних операторів та туристичних агентів;
- поступове застосування загальної практики продукування диверсифікованого комплексного туристичного продукту високої якості;
- підвищення ефективності управління розвитком суб'єктів мікрорівня економіки туризму;
- потужний мультиплікаційний вплив на супутні галузі туризму, що забезпечить підвищення зайнятості та надходжень до ВВП;
- становлення туристичної галузі у якості катализатора будівної, страхової, фінансової, культурної сфер, роздрібно-торгівлі та спортивного дозвілля тощо;
- підвищення туристичного іміджу держави на світовому ринку туристичних послуг;
- долучення до міжнародних програм сталого розвитку туризму, розвиток національних норм та стандартів у цій сфері;
- розробка та реалізація спільних міжнародних проектів і програм у галузі туризму;
- активна реалізація політики щодо усунення або пом'якшення візових, прикордонних, митних туристичних формальностей для громадян України тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПОДАЛЬШІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Реалізація концепції формування та управління розвитком ринку туристичних послуг на засадах кумулятивної взаємодії інституційно-правового, соціально-економічного та інтеграційного векторів дозволить запровадити комплексну систему засобів досягнення цільових орієнтирів та стратегічних пріоритетів з формування конкурентоспроможного ринку туристичних послуг на засадах просторової поляризації. Подальші дослідження будуть зосереджені на розбудові стратегічних пріоритетів формування та секторального розвитку туристичного ринку України.

Література:

1. Биркович В.І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. — 2007. — № 4 (5). — С. 157—163.
2. Василюха Н.В. Особливості державного регулювання розвитку ринку туристичних послуг / Н.В. Василюха // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — Вип. 23.7. — С. 188—193.
3. Красавцева Л.Ю. Геопросторові структури туристичного ринку як результат територіальної диференціації туристичного процесу / Л.Ю. Красавцева // Інвестиції: практика та досвід. — 2014. — № 15. — С. 145—148.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). — К.: Альтерпрес, 2002. — 436 с.
5. Мальська М. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму в Україні з урахуванням міжнародного досвіду / М. Мальська // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. — 2012. — Вип. 29 (2). — С. 143—151.
6. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму / О.А. Мельниченко // Державне будівництво. — 2010. — № 2. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_2_16
7. Саух І.В. Державне регулювання розвитку туризму: сутність поняття та проблеми визначення / І.В. Саух // Актуальні проблеми економіки. — 2014. — № 4. — С. 59—66.
8. Саух І.В. Концептуальні основи формування системи туризму в Україні / І.В. Саух // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. — 2016. — № 1. — С. 113—122.
9. Хлопяк С.В. Державне регулювання туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством" / Хлопяк С.В. — Київ, 2015. — 27 с.

References:

1. Byrkovych, V.I. (2007), "Improvement of state regulation of tourism development at the regional level", *Stratēhichni priorytety*. [Strategic priorities], no. 4 (5), pp. 157—163.
 2. Vasylycha, N.V. (2013), "Characteristics of state regulation of market of tourist services", *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny*. [Scientific Bulletin of Ukrainian National Forestry University], no. 23.7, pp. 188—193.
 3. Krasavtseva, L. (2014), "Geospatial structure of the tourism market as a result of territorial differentiation of tourism", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, no. 15, pp. 145—148.
 4. Liubitseva, O. O. (2002), *Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty)* [Tourism market (geospatial aspects)], Al'terpres, Kyiv, Ukraine.
 5. Malska, M. (2012), "Improvement of the state regulation of tourism industry in Ukraine taking into consideration international experience", *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny*. [Visnyk of the Lviv University. Series International Relations], vol. 29, part 2, pp. 143—151.
 6. Melnychenko, O.A. "Theoretical and methodological foundations of state regulation of tourism", *State building*, 2010, no. 2. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_2_16 (Accessed 25 October 2016).
 7. Saukh, I.V. (2014), "State regulation of tourism development: the essence of the concept and the problem of definition", *Aktual'ni problemy ekonomiky*. [Actual problems of economics], no. 4, pp. 59—66.
 8. Saukh, I.V. (2016), "Conceptual bases of Ukrainian tourism system formation", *Visnyk Zhytomyrs'koho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky*, [The journal of zhytomyr state technological university. Series: economics], no. 1, pp. 113—122.
 9. Khlopiak, S. (2015), *Derzhavne rehulyuvannya turyzmu v Ukrayini*. Author's thesis. [State regulation of tourism in Ukraine: avtoref. dis. kand. econ. nauk], Kiev, 27 p.
- Стаття надійшла до редакції 14.01.2017 р.*