

УДК 796.061

Мельник О. М., ст. викладач
ПВНЗ «Європейський університет»,
Кузнецовська філія

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ВПРОВАДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ.

Мельник О. М. Розвиток туризму на засадах впровадження асортиментної стратегії. У статті досліджено розвиток туристичної сфери на засадах змін і формування стратегії асортименту. Можливість підприємства отримати додаткові конкурентні переваги, лідерство на ринку, підвищити конкурентну спроможність та прибутковість.

Мельник О. М. Развитие туризма на основе внедрения ассортимента стратегии. В статье исследовано развитие туристической сферы на основе изменений и формирования стратегии ассортимента. Возможность предприятия получить дополнительные конкурентные преимущества, лидерство на рынке, повысить конкурентную способность и прибыльность.

Melinik O. Tourism Development on the Basis of Implementation Assortment Strategy. This article explores the development of tourism based on changes in strategy and product range. Ability of the enterprise more competitive advantages, market leadership, increase the competitive ability and profitability.

Постановка проблеми. Торгівля послугами посідає значне місце в системі міжнародного обміну і має суттєвий вплив на світовий економічний розвиток. За масштабами, динамікою та ефективністю в структурі світового ринку послуг, помітно виділяється ринок туризму.

Туризм – це не лише економічне, але одночасно соціальне, культурне, екологічне і політичне явище.[4 с.1].

Для розвитку туристичної галузі необхідно виробити асортиментну стратегію, визначитись, який вид туризму розвивати. Виділяють три варіанти підходів до регулювання туристичного бізнесу:

- автоматичне управління всією туристичною індустрією в країні;
- помірне втручання в регулювання і координацію туристичної діяльності органами адміністрації з туризму;
- байдужість до туризму та індустрії, як до соціального й економічного явища, й до прибутку від туризму.[5 с.5]

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Проблеми ефективної діяльності підприємств для підвищення конкурентоспроможності та максимального залучення потенційних споживачів, необхідна ефективна організація управління асортиментом та якістю товарів, ці проблеми досліджували такі вчені: Г.Б Мунін, З.І Тимошенко, Є.В Самарцев, А.О Змійок,[5] Л.П Дядечко; [4] А.Ліманський; Я. Ружковський; [6]

Мета дослідження є вивчення попиту на туристичний продукт, який може задовольнити індустрія туризму, де створюється відповідний асортимент послуг. При цьому асортимент послуг може носити характер основних (номер в готелі, трансфер) або другорядних (басейн або екскурсії).

Індустріальний характер туризму сприяє перспективному розвитку туристичних підприємств для національної економіки, оскільки, внаслідок збільшення популярності туризму: зростає державний бюджет від діяльності туристичних компаній; збільшується зайнятість населення; підвищується рівень життя місцевого населення; з'являється новий імпульс до розвитку народних промислів; здійснюється сприятливий вплив на решту

галузей, пов'язаних із створенням туристичних продуктів; відбувається розвиток соціальної та виробничої інфраструктури в зосередженнях туристичної активності.

Основні результати дослідження. Туризм - це самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту, що ускладнюється, на різні види відпочинку чи розваг.

Потрібно зауважити, що діяльність Українських підприємств туристичної сфери не така активна, як закордонних. Не зважаючи на це, таку діяльність можна і треба активізувати. Основним засобом активізації туристичних послуг є якість, ціна, асортимент послуг, кількість додаткових послуг, та дотримання прав споживачів.

Асортимент туристичних підприємств повинен включати згрупований набір послуг для задоволення всіх покупців враховуючи, вік, статус, фізичні і психологічні чинники.

Дослідження аналітичних матеріалів за науковою проблематикою туризму дозволяє стверджувати, що ця галузь сучасної економіки у всьому світі набуває статусу галузі національного порятунку і є однією з найефективніших та найперспективніших галузей народного господарства.[4 с.3]

За оцінками Всесвітньої туристської організації (ВТО), число подорожей в усьому світі буде збільшуватися на 3,5% щорічно і в найближчі 10-15 років досягне 1 млрд. чоловік, значна частина цих подорожей припадає на Європу. Таким чином, на Європейському туристичному ринку ще довгий час будуть „вільні ніші”, які з успіхом можуть заповнити українські тур оператори. Також за прогнозами ВТО, доходи від туризму будуть збільшуватись і наприкінці 2010р. складуть 1550млрд.дол. а до 2020р. прогноують збільшення доходів до 2000млрд.дол.[7 с.20]

Таблиця 1 демонструє прогноз розподілу в'їзного туризму за регіонами.

Таблиця 1

Прогноз розподілу обсягів в'їзного туризму за регіонами (міжнародні туристичні прибуття) млн. осіб [7 с.20]

Рік	2010	2020
Європа	526	717
Східна Азія	231	438
Америка	195	284
Африка	46	75
Ближній Схід	37	69
Південна Азія	11	19
ВСЬОГО	1046	1602

Отже дослідження особливостей формування асортиментної стратегії для виходу на європейський туристичний ринок є актуальними і перспективними.

Але при нинішніх стандартах сервісу українські курорти не конкурентні міжнародним. Українські курорти втрачають платоспроможних клієнтів, які готові платити не лише за житло і харчування, але й за розваги та культурну програму. Для запровадження комплексних змін у ситуації, що склалася, потрібна комплексна урядова стратегія розвитку галузі, коли урядові гарантії допоможуть залучити інвестиції. При цьому одним із найважливіших чинників, який впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже чутливий до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% — на 10% [7 с.21].

Розвиток туризму суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного

споживання. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Цей чинник повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати низку важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені. Важливими чинниками, які впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість. Третій рік поспіль Україна займає 44 місце в загальному рейтингу з глобалізації. З 2010 по 2011 р. кількість користувачів ширококутового доступу збільшилася з 5,8 до 7,4 (на 100 осіб), відсоток торгових надходжень (експорт + імпорт) у ВВП виріс зі 103% до 111%, показник туризму (внутрішній і зовнішній, у розрахунку на 1000 населення), з 863 до 938.[10]

Наявні туристичні ресурси України використовуються не повністю, проте динаміка туристичного ринку свідчить про тенденції до зростання числа туристів. Так, впродовж 2011 р. Україну відвідали 49,6 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що майже на 10% більше, ніж у 2010 році.[3 с.450]

Збільшення обсягів в'їзного потоку у 2011 р. відбулося за рахунок зростання кількості поїздок з приватною метою з таких країн: Польща (на 16%, або на 336,6 тис. осіб), Білорусь (на 33%, або на 304,5 тис. осіб), Молдова (на 16%, або на 264 тис. осіб), Росія (на 9,4%, або на 226 тис. осіб), Румунія (на 33,7%, або на 160,4 тис. осіб). Цей сегмент займає 90% усього в'їзного туристичного потоку. Варто зазначити, що змінилася тенденція у сфері організованого туризму. У 2011 р. спостерігається зростання цього сегменту на 59% (223,8 тис. осіб), тоді як період 2010 р. показав зменшення на 15%. Збільшення потоків організованого туризму спостерігаються з Польщі (збільшення на 235,5%, або на 143,3 тис. осіб), Росії (збільшення на 49,7%, або на 47 тис. осіб), Німеччини (збільшення на 42%, або на 8,7 тис. осіб) [3 с.457].

У структурі в'їзного турпотоку відбулися такі зміни: частки організованого туризму та службових поїздок рівномірно збільшилися з 4% у 2010 р. до 5% у 2011 р., водночас частка приватного туризму зменшилася з 92% до 90% [3 с.458].

Найбільше падіння в виїзному туризмі відбулося в потоці подорожуючих до Польщі (на 65,6%, або на 1,3 млн. осіб). Водночас сегмент організованого туризму зріс на 12,3% (92,7 тис. осіб). Збільшення організованого туризму відбулося за рахунок зростання кількості подорожуючих за такими напрямками: Єгипет (на 49,5%, або на 43,3 тис. осіб), Чехія (на 381,6%, або 42,5 тис. осіб), Росія (на 64,2%, або на 41,2 тис. осіб), Туреччина (на 8,4%, або на 10,3 тис. осіб).[3 с. 460]

В Україні в туристичній галузі зайнято 3 млн. чоловік що складає 7 % від працездатного населення. Це притому, що 3 - 4 млн.людей щорічно працюють за кордоном і можуть стати потенційними інвесторами туристичної галузі. Їх потрібно переконувати в ефективності капіталовкладень в цю галузь прибрати бюрократичні перепони, і держава через центри зайнятості залучаючи кошти, що виділяються на допомогу по безробіттю повинна рекомендувати, навчати і пропагувати ефективність туризму.[9 с.10]

Аналіз негативних факторів, які впливають на розвиток туризму :

- низький рівень сервісу; незначна кількість споживачів туристичних послуг;
- невелика частка ринку окремо взятого підприємства туристичної сфери та невеликі обсяги реалізації туристичних послуг;
- неефективна взаємодія суб'єктів господарювання, учасників туристичного ринку;
- відсутність підтримки контактних аудиторій;
- недостатньо змістовна організація дозвілля туристів; неналежна увага при розробці асортиментної стратегії;
- відсутність індивідуалізації відносин між підприємством туристичної сфери та споживачем;

не дуже високі темпи зміни інфраструктури туристичної галузі з огляду на власність: від державної до приватної; сезонність;

транспортна структура не відповідає вимогам західних і вітчизняних туристів;

низька якість місцевого повітряного сполучення; низький рівень сервісних послуг при автодорогах та транспортних маршрутах;

низький рівень розвитку лижного та гірського велосипедного спорту.

Аналізуючи досвід державної підтримки розвитку туризму країн де ця галузь розвивається, сформулюємо механізми розширення асортименту туризму України:

- забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених та багатодітних громадян та їх родин, у тому числі через розвиток спеціалізованої туристичної інфраструктури для відпочинку людей з обмеженими фізичними можливостями, побудова пансіонатів та санаторіїв для сімейного відпочинку, розвиток недорогих видів відпочинку: турів вихідного дня, екскурсій, сільського зеленого туризму, агротуризму тощо;

- створення дієвих дисконтних систем для молоді та студентів, впровадження системи "культурних карток", підтримка міжнародних дисконтних карток та студентських посвідчень, формування системи пільг для іноземних студентів та молоді, що прибули до України з метою навчання, подорожей чи за програмою культурного обміну (наприклад, введення диференційованих тарифів на транспортні послуги для іноземних студентів, знижки на розміщення, харчування, страхування, туристичні послуги);

- підтримка культурного обміну між молоддю та дітьми різних країн, зокрема через створення літніх міжнародних таборів, центрів екологічного туризму (волонтерських таборів), літніх університетів і мовних шкіл в туристично привабливих регіонах України, проведення міжнародних конкурсів, олімпіад, фестивалів;

- сприяння розвитку спеціалізованої інфраструктури та супутніх послуг, розрахованих на потреби молодіжного туризму та культурного обміну (кемпінги, інформаційні служби, довідкова література, табори, хостели тощо). Пріоритетним напрямом може стати розбудова системи недорогих готелів - хостелів у туристичних центрах України;

- залучення до розвитку соціального туризму органів місцевого самоврядування і впровадження механізмів стимулювання підприємців щодо розвитку асортименту туризму (наприклад, наданням певних пільг, преференцій).

Ці заходи мають стимулюватимуть туристичний та культурний обмін між молоддю та студентами різних країн світу й Україною, сприяти ефективному впровадженню державної політики соціалізації молоді, створити привабливий імідж держави, зробити нашу країну відкритою для світового суспільства. Отже, як вже неодноразово зазначалося, розвиток туристичної галузі є надзвичайно актуальним для України. Унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток, значні рекреаційні можливості, які має наша держава, приваблюють дедалі більше туристів, у тому числі й іноземних. Забезпечувати належну віддачу від цього потужного потенціалу, використовувати його для активного відпочинку та оздоровлення людей можна лише за умови чіткої організації туризму, впровадження ефективної асортиментної стратегії, механізмів державного регулювання галузі, залучення до неї досвідчених і кваліфікованих кадрів. Виходячи зі світового досвіду необхідно, щоб законодавчі та виконавчі органи забезпечили зацікавлений підхід до розвитку туризму, щоб він став частиною загальнодержавної політики і пріоритетів, враховувався при розгляді інших питань, які мають національне значення.

Висновки та пропозиції.

Відомо, що туризм відноситься до високоліквідної галузі, тобто галузі зі швидкою віддачею. Однак, як показує українська практика, внесок туризму в національну економіку явно недостатній, що обумовлено не стільки слабкими інвестиційними

можливостями переведення туризму на якісно новий рівень, скільки станом існуючої системи управління туристичними підприємствами.

Зміни, які не обходяться при запровадженні асортиментної стратегії, для перспективного розвитку туризму: розробка урядом України ефективного механізму подолання кризи; пропозиція унікальних туристичних продуктів; підвищення рівня сервісу в усіх організаціях, підприємствах-учасниках іншого ринку; формування нового, інноваційного напрямку мислення у споживачі; змістове наповнення дозвілля туристів, враховуючи їхні індивідуальні потреби; створення споживачів туристичних послуг; покращення стану транспортної інфраструктури в Україні; підвищення рівня якості місцевого повітряного сполучення в Україні; підвищення рівня якості сервісних послуг при автодорогах та транспортних магістралях; розробка комплексу заходів з більш ефективного розвитку лижного; гірського велосипедного спорту, гольфу, екстремального туризму з урахуванням потреб споживачів даних туристичних послуг; безперервне навчання, перенавчання працівників туристичних фірм, покращення рівня супутніх сервісних послуг в аеропортах України;

Список використаних джерел

1. „Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2012 року" Указ Президента України (від 10.08.1999 № 973/99) // www.zakon.rada.gov.ua
2. „Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2012 роки" Постанова КМУ (від 29.04.2002 № 583) // www.zakon.rada.gov.ua
3. Статистичний щорічник 2011р. // Державний комітет статистики України . К-2011Р.-600
4. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Л.П Дядечко- К. : Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
5. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму: Навч. посібник для студ. виш. навч. закладів: У 2 ч. / Європейський ун-т./ Г.Б. Мунін, З.І.Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Змійов — К.: Видавництво Європейського університету, 2006. - 1 ч. — 324 с.
6. Ліманський А.. Міжнародний туризм в епоху глобалізації // А. Ліманський , Я. Ружковський – К. : Журнал європейської економіки., 2005. – №3. – С.295-306
7. Оленко А.Я Комп'ютерна статистика – К 2008 -60с.
8. Пащук О.В Маркетинг послуг: стратегічний підхід. Навчальний посібник // : О.ВПащук – К.: Професіонал, 2005р.-560с
9. Передній О.С. Міжнародні економічні відносини. Навчальний посібник // О.С Передній – К.: Центр навчальної літератури, 2006 – 274 с.
10. „Україна займає 44 позицію в рейтингу з 60 країн за рівнем глобалізації, - Ernst & Young”. РБК-Україна, 24.01.2012

Ключові слова: асортимент, стратегія, товарна політика, туристична сфера, конкурентна перевага, прибуток, розвиток.

Ключевые слова: асортимент, стратегия, товарная политика, туристическая сфера, конкурентное преимущество, прибыль, развитие.

Keywords: range, strategy, commodity policy, Showing directions and objectives for the tourism industry in the world.