

УДК 911.3:796.5

ЛЮБИЦЕВА О.О.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку туризму в світі та участь України у світовому туристичному процесі поставили проблему регіоналізації туристичної діяльності в країні, посилення ролі регіонів у розвитку внутрішнього туризму. З огляду на це актуальності набуває проблема оптимізації регіонального туристичного розвитку. Одним із шляхів її вирішення є питання територіального менеджменту туристичних ринків мікрорівня.

Ступінь вивченості. В сучасному досить значному потоці публікацій на тему рекреаційної діяльності і туризму достатньо значна частка припадає на публікації з

рекреаційної географії та географії туризму. Але основна увага в них приділена оцінці ресурсної бази (як туристичних ресурсів, так і умов розвитку туризму на певній території). Практично всі регіони України охоплені такого роду дослідженнями, а особливо регіони з визначеною рекреаційною спеціалізацією. Але робіт, де б у центр уваги ставились питання ринкової діяльності суб'єктів туристичного процесу, а тим більше питанням формування низових ланок туристичного ринку ще недостатньо. Найбільше їх присвячено дослідженням Кримського регіону (наприклад, Н.Страчкова, В.Побірченко та інші).

В основу регіоналізації туристичної діяльності може бути покладена запропонована [2] ієрархічна структура туристичних ринків, яка ґрунтується на специфіці туристичних послуг і організації діяльності галузі.

Мета пропонованої роботи полягає у визначенні механізмів формування і функціонування територіальних туристичних ринків саме мікрорівня, оскільки ці туристичні ринки, сформовані на основі самоорганізації населення, є тими низовинними ланками, де питання управління розвитком є найбільш актуальними і найменше вивченими і врегульованими.

Розглянемо механізм формування і функціонування первинних ланок в ієрархічній структурі туристичного ринку – місцевих територіальних туристичних ринків. Основою їх формування є рекреаційні цикли самоорганізації населення. Рекреація є необхідною складовою відтворення населення. Характер рекреаційної діяльності (пасивна чи активна) залежить від наявності певного обсягу вільного часу і пануючого стилю життя. Вільний час – це категорія не тільки соціальна, психологічна, економічна, а й географічна. Він формується місцевими умовами проведення в залежності від сукупної дії об'єктивних факторів, які також впливають і на формування суб'єктивних чинників. Серед цих факторів в першу чергу на обсяг вільного часу і формування відповідного стилю життя впливають рівень розвитку науково-технічного прогресу, характер праці, умови та рівень життя населення на території, яка характеризується відповідним рівнем соціально-економічного розвитку. Ще одним потужним чинником є законодавчо-нормативна база, яка нормує обсяги вільного часу (тривалість робочого дня і робочого тижня, відпустки та можливості її отримання в зручний час тощо). Характер проведення вільного часу також залежить від соціально-економічного розвитку суспільства і пануючої в ньому суспільної моделі самоорганізації.

В світі сформувалось три такі моделі: 1) Модель “вільного часу”, яка ґрунтується на зростаючій інтелектуалізації праці, що потребує постійного навчання і самовдосконалення задля розширення сфери прикладання праці і досягнення бажаних суспільних результатів (забезпечення певного рівня життя, освіти, входження до відповідного соціального прошарку населення тощо). Врегульована законодавча база гарантує значний обсяг вільного часу протягом основних циклів саморегуляції – добового, тижневого, місячного, сезонного, річного, а розвинена система соціальної інфраструктури дозволяє його змістовно провести, використавши на освіту і підвищення кваліфікації чи самоосвіту, в тому числі й засобами туризму (активна форма проведення вільного часу). За такої суспільної моделі у більшості населення формується стиль життя, який можна охарактеризувати як туристичний, тобто вільний час використовується на подорожування, де власне рекреація (відновлення, оздоровлення), поєднується із набуттям нових знань в процесі особистого відвідування певної території, ознайомлення з її пам'ятками та умовами життя населення.

1) Модель “життєзабезпечення” має фактично ті ж самі ознаки, що й попередня, але значний обсяг некваліфікованої праці внаслідок повільного впровадження досягнень науково-технічного прогресу, звужені межі прикладання праці і порівняно нижчий рівень

та умови життя не стимулюють постійності процесу саморозвитку населення, концентруючи увагу на задоволенні необхідних життєвих потреб та на отриманні освіти. Розвиток соціальної інфраструктури також надає обмежені можливості для змістовного проведення вільного часу. За таких умов процес соціальної диференціації населення відбувається на фоні майнового розшарування і стиль життя, який можна назвати туристичним, формується у певних прошарках населення, а подорожування стає значною мірою іміджевою ознакою.

2) Модель “виживання” характерна для соціально поляризованих суспільств, коли основна маса населення сприймає туризм як сферу прикладання праці, а не як спосіб проведення вільного часу, обсяг якого слабо визначений законодавчо і не підкріплений відповідним рівнем життя основної маси населення.

Таким чином, в кожній державі, а в межах держави в кожному регіоні, формується власна суспільна модель самоорганізації населення. Україна належить до країн реформованої економіки, де за соціалістичних часів планового впровадження туристичного стилю життя була закладена суспільна модель, яка передбачає подорожування як найефективніший спосіб проведення вільного часу і рекреаційної діяльності. Тому найменші зрушення в умовах і рівні життя населення, підкріплені відповідним рівнем розвитку туристичного ринку, стимулюють попит на послуги туризму. Можна вважати, що на національному рівні ми маємо суспільну модель відновно туристичного стилю життя, що потребує відповідного рівня розвитку туристичного ринку, але маємо значні її внутрішньорегіональні модифікації.

Таким чином, рівень соціально-економічного розвитку певної території з характерними для неї системами розселення та господарювання, сформованими історично, є тією мозаїчною основою, на якій відбувається формування низових територіальних ринків туристичних послуг. Послуги ці належать, залежно від соціальної категорії споживачів, або до періодичних (за умов щорічного відпочинку), або до епізодичних і спрямовані на певну категорію, якій притаманний в певній мірі туристичний стиль життя.

Геопросторовий механізм туристичного освоєння спирається на життєві рекреаційні цикли і обумовлений їх структурою (співвідношення робочого і вільного часу). Так, добовий рекреаційний цикл реалізується в межах поселення і задовольняється наявною там соціальною (сфера дозвілля) та рекреаційною (парки відпочинку та розваг) інфраструктурою. Тижневий цикл включає вихідні дні (week-and) і має розширені рекреаційні можливості, які задовольняються урбокомпенсаційною зоною, що формується навколо міських поселень. Урбокомпенсаційні зони формуються спочатку вздовж основних транспортних магістралей і тому мають зіркоподібну форму, яка, з розвитком транспортної мережі і її ущільненням, зростанням автомобілізації населення перетворюється на коло [1, с.27-32]. Граничний радіус та величина урбокомпенсаційної зони, обумовлені процесами просторової самоорганізації населення, прямо пропорційні величині поселення, ступеню агломерування розселення, рівню розвитку транспортного комплексу та рухомості населення. Урбокомпенсаційні функції, відцентрово поширюючись, захоплюють сільську місцевість, з епізодичних перетворюючись на постійні і формуючи рекреаційну функцію сільської місцевості, яка стає поступово однією з основних її функцій. Розвиток рекреаційної функції в сільській місцевості, формування там первинних елементів територіальної структури індустрії туризму (пансіонати, санаторії, табори відпочинку, кемпінги тощо) сприяє перетворенню урбокомпенсаційних зон на рекреаційні спеціалізовані зони (приміськи ТРС, що мають секторну структуру), їх розширенню та урізноманітненню рекреаційних функцій,

формує, зрештою, функціональні типи поселень – дачні, курортні. Річний рекреаційний цикл включає святкові дні та відпустки, тобто наявність масиву вільного часу середнього або тривалого терміну. Проведення святкових днів почасти достатньо регламентоване, в той час, як проведення відпустки обумовлене свободою вибору.

Освоєння споживачем туристичного простору залежить від зазначених вище об'єктивних і суб'єктивних чинників і рис, тобто має достатньо спорадичний і стохастичний характер. В той же час слід відзначити, що за сучасного розвитку індустрії туризму, цей процес може бути скерований ринком виробника шляхом проведення відповідної маркетингової політики.

Як же діє механізм формування місцевого ринку? Зона дії туристичної фірми (або територія, з якої туристична фірма “збирає” свою клієнтуру) є маркетинговою зоною туристичного підприємства. Радіус цієї зони прямопропорційний потужності та інтенсивності діяльності туристичного підприємства та оберненопропорційний об'єму та частоті попиту і визначається законом економії (часу, зусиль та грошей). Характер обслуговування в туризмі (надання епізодичних нестандартних платних і виключно транспортабельних послуг частині населення) обумовлює формування різних за масштабами та формою маркетингових зон. Вони можуть бути як континуальні, так і дискретні, поширюватися на територію всього населеного пункту та його околиць або охоплювати лише частину поселення. Зона впливу визначається потужністю підприємства (наприклад, кількістю зайнятих, що свідчить також про економічний стан підприємства та обсяги діяльності) та характером його діяльності (пропозиція турпродукту, його відносні ринкові переваги, рекламна компанія). Маркетингові зони туристичних фірм перекриваються, оскільки фірми конкурують між собою, формуючи територіальну локальну систему забезпечення населення туристичними послугами. Для неї характерний певний стандарт попиту, що сформувався за ознаками соціально-економічного середовища даної території, та особливості комерційної діяльності суб'єктів ринку (готелі, ресторани, екскурсійні бюро, туристичні фірми, магазини, музеї, театри тощо). Діяльність цих комерційних структур спирається на наявні на даній території туристичні ресурси. Атракція наявних культурно-історичних, природних та інфраструктурних об'єктів потребує їх дотримання в належному стані, визначає певний режим користування, систему цін тощо, що передбачає активний вплив місцевої влади на реалізацію державної туристичної політики. Так формується місцевий ринок туристичних послуг, ефективна діяльність якого можлива лише за умов співпраці комерційних структур різного типу, форм організації та власності і місцевої комунальної влади, що реалізує “на місцях” державну політику в галузі туризму. Місцеві туристичні ринки формують доволі мозаїчну структуру туристичного процесу, характеризуються нерівномірністю розвитку та мають різноманітні параметри (масштаби діяльності, протяжність, конфігурацію тощо).

Висновок. В основі функціонування національного туристичного ринку лежить взаємодія місцевих територіальних ринків туристичних послуг. Їх формування є результатом соціально-економічного розвитку і впровадження певних суспільних моделей та рекреаційної самоорганізації населення. Функціонування місцевих туристичних ринків, їх взаємодія в регіоні є основою регіональної туристичної політики.

1. Гольц Г.А. Транспорт и расселение.- М.: Наука”, 1981.- 248 с. 2. Любцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).-К.:”Альтерпрес”, 2003. - 436с.

The mechanism of forming of local territorial tourist markets is examined in the article.