

РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

УДК 338.48

Горіна Г. О.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

UDC 338.48

Horina H. O.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

UKRAINIAN TOURISM MARKET DEVELOPMENT STRATEGY MECHANISM FORMATION

Мета. Мета статті — розробка механізму реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України в умовах нестабільності та невизначеності.

Методи. Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, макро- та мікроекономіки, теорії управління. З метою досягнення поставленої мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: узагальнення та систематизації, процесний підхід, програмно-цільовий підхід, системного аналізу та синтезу, графічні методи.

Результати. Запропоновано механізм реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України. Визначено функціональні елементи структури механізму реалізації стратегії, серед яких: принципи реалізації стратегії, функції та методи управління. Обґрунтовано ресурсне забезпечення механізму реалізації стратегії, яке складається з нормативно-правового, організаційного, фінансового та науково-методичного забезпечення. Запропоновано процесуальне забезпечення реалізації стратегії, яке складається з поступових, передуючих один одному рівнів її впровадження. Заключним елементом реалізації стратегії визначено оцінку досягнутих цільових завдань та стратегічних пріоритетів її реалізації з урахуванням внесених коректив та впроваджених змін. Очікуваними результатами впровадження механізму є досягнення забезпечення перманентного, сталого розвитку туристичного ринку в умовах нестабільності та невизначеності.

Ключові слова: стратегія, розвиток, ринок туристичних послуг, туризм, механізм.

Постановка проблеми. Ефективна реалізація стратегії розвитку ринку туристичних послуг в умовах нестабільності та невизначеності передбачає створення дієвого механізму, спроможного забезпечувати своєчасне прийняття управлінських рішень, результативно використовуючи сукупність принципів, функцій, інструментів і методів впливу на процес розвитку туристичного ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. З огляду на державне позиціонування туристичної галузі як інструменту економічного розвитку та підвищення інвестиційної привабливості України, вирішення питання формування й розвитку ринку туристичних послуг знайшло своє відображення у роботах низки дослідників, серед яких В. І. Биркович [1], Н. В. Василюха [2], М. П. Мальська [3], І. В. Саух [4], С. В. Хлопяк [5]. Проблема розробки стратегії розвитку ринку туристичних послуг України розглянута у працях М. П. Мальської, А. М. Гришук, Ю. О. Масюк [6], О. П. Савіцької, Н. В. Савіцької [7], Є. В. Смирнова, О. П. Смирнової [8]. Разом з тим, незважаючи на достатньо велику кількість праць з викладеної проблематики та значущість отриманих наукових результатів,

слід зазначити, що існує об'єктивна необхідність розробки механізму реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України як теоретико-методологічного базису, що надає комплексне уявлення про сукупність багатоваріативних та різноспрямованих процесів і дій з реалізації обраної стратегії.

Мета статті — розробка механізму реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України в умовах нестабільності та невизначеності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Механізм реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг є комплексним, послідовним, циклічним і являє собою структуровану систему взаємодіючих елементів, об'єднаних у три взаємопов'язані блоки: функціональні елементи структури механізму реалізації стратегії, ресурсне та процесуальне забезпечення реалізації стратегії (рис. 1). Запропонований механізм є адаптивним, спроможним модифікувати свою структуру за рахунок внесення нових елементів, поява яких обумовлена спектром скорегованих стратегічних завдань, планів, механізмів та методів управління або оновленням ресурсно-процесуального забезпечення. Стабільний зв'язок та зворотна дія кожного елементу механізму на інші та на структуру механізму в цілому підкреслює необхідність виваженого та ретельного підбору будь-якої його структурної одиниці з урахуванням розробленого теоретико-методологічного базису механізму формування стратегії.

Базисом, вихідним положенням ефективної реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг є сукупність структурованих функціональних елементів механізму, а саме: методологічних принципів, функцій та методів управління.

Основними методологічними принципами, характерними для механізму реалізації стратегії та створення системи стратегічного управління розвитком ринку туристичних послуг є: системність, ефективність, адаптивність, неперервність, пріоритетність, цілеспрямованість, державно-приватне партнерство.

Система методів управлінського впливу на процес реалізації стратегії включає в себе адміністративні, економічні, програмно-цільові та соціально-психологічні методи.

Адміністративні методи є інструментом прямого впливу держави на реалізацію стратегії розвитку ринку туристичних послуг, який проявляється через необхідність дотримання указів, постанов та розпоряджень виконавчих органів, котрі дозволяють, забороняють, обмежують чи нормують туристичну діяльність і розвиток ринку туристичних послуг, виконання державних замовлень, ліцензування, квотування, встановлення норм і стандартів, що регулюють туристичний бізнес.

Економічні методи дають змогу створювати економічні умови для реалізації стратегії у необхідному напрямку, а саме: впровадження механізмів економічного стимулювання розвитку туризму та рекреації, створення вільних туристичних зон з наданням податкових пільг потенційним інвесторам, пільгових довгострокових кредитів для інвестиційної розбудови об'єктів туристичної та курортної інфраструктури, виділення грантових коштів на співфінансування інноваційних та перспективних проектів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності національного і регіональних туристичних продуктів тощо.

Програмно-цільовий метод як інструмент реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг дозволяє систематизувати та скоординувати діяльність органів державної влади через визначення пріоритетних напрямів і цілей реалізації стратегії, розробку взаємопов'язаних, інтегрованих, цілевих загальнодержавних та локальних програм і планів заходів з реалізації стратегії, чітко регламентованих за термінами, обсягами та джерелами фінансування.

До соціально-психологічних методів реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг доцільно віднести соціальні дослідження, соціальне прогнозування, соціальне планування, моральне стимулювання.

Структура функцій управління реалізації стратегії охоплює: планування (цілей, завдань, фінансування, тривалості та послідовності етапів, очікуваних результатів реалізації стратегії тощо), координацію (повноважень і діяльності державних національних та місцевих органів влади, суб'єктів ринку туристичних послуг, задіяних у реалізації стратегії), моніторинг (виконання поточних процесів, планів, заходів реалізації стратегії, впли-

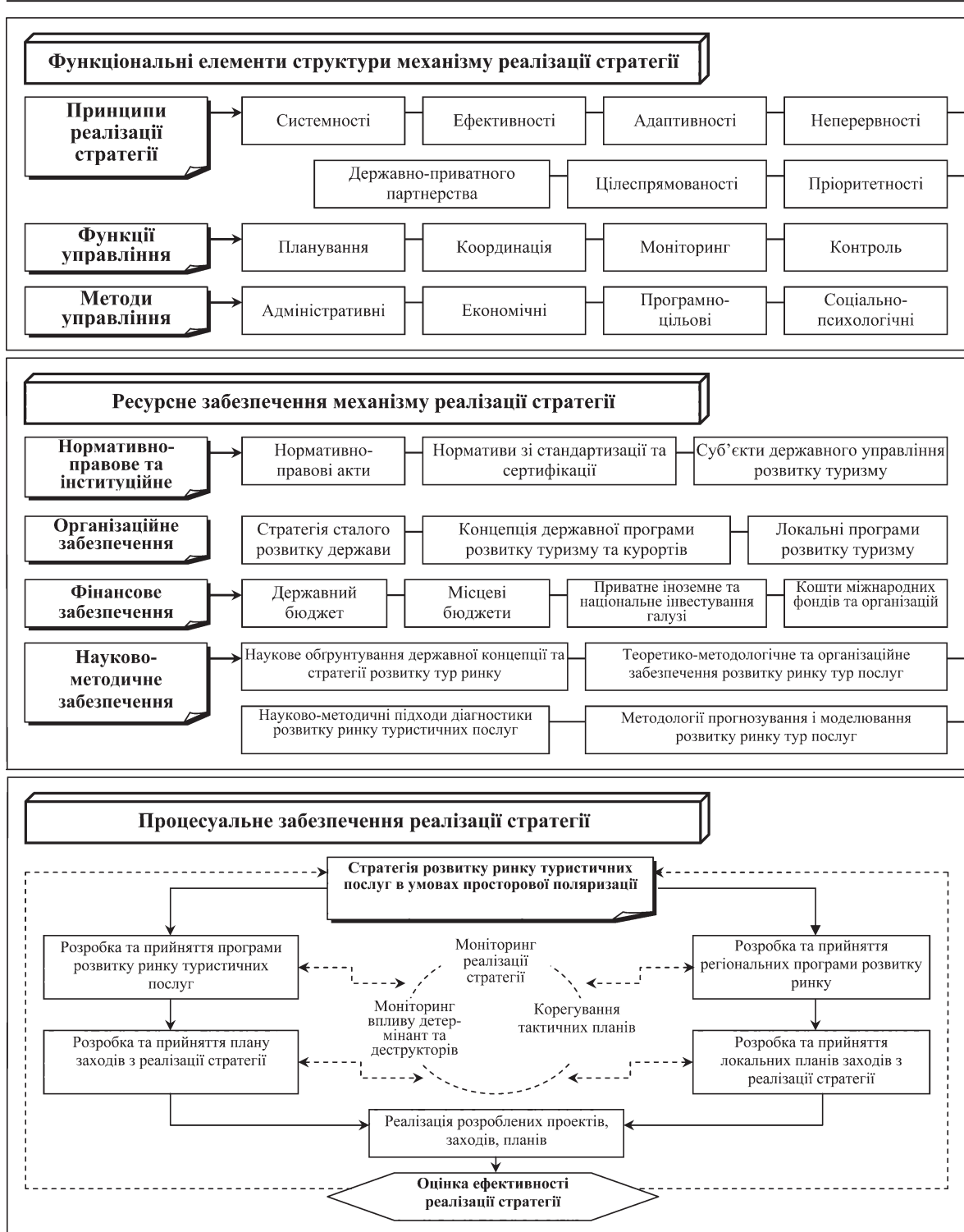


Рисунок 1 — Механізм реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України (вплив як негативних, так і позитивних факторів), контроль (оцінка відповідності процесу реалізації стратегії запланованим строкам, обсягам, якісним та кількісним параметрам, підготовка необхідних коригувальних дій).

Ефективне функціонування механізму реалізації стратегії визначається наявністю відповідного нормативно-правового й інституційного, організаційного, фінансового та науково-методичного забезпечення, спроможного гарантувати оптимальний, перманентний процес реалізації запланованих програм, завдань і планів з реалізації стратегії.

Окрім зазначеного базового стратегічного забезпечення реалізації стратегії, доцільно виокремити додаткове забезпечення — інформаційне, яке сприяє підвищенню якості

впровадження стратегії і виявляється у: проведенні масштабних промоційних кампаній щодо туристичних та рекреаційних можливостей національного ринку туристичних послуг України на світовому і внутрішньому рівнях; телевізійних трансляцій рекламно-ознайомчих промороликів, тематичних телепередач щодо просування національного та локального туристичних продуктів, популяризації внутрішнього туризму в Україні; створенні мультимовного туристичного інтернет-порталу з наданням вірогідної та актуальної інформації про рекреаційний потенціал, туристично-екскурсійні маршрути України, розробці на його платформі календаря туристичних, спортивних, мистецьких подій, його постійному оновленні та розширенні; презентації туристичного потенціалу України на виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах національного та світового масштабу.

Таким чином, комплексне наповнення механізму реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг функціональними структурними елементами і базовим ресурсним забезпеченням сприятиме ефективному стратегічному управлінню розвитком туризму і процесуальному забезпеченню реалізації стратегії.

Безпосередня реалізація стратегії розвитку ринку туристичних послуг наведена процесуальним механізмом поступових, що передують один одному, рівнів її впровадження. Перший рівень представлений розробкою та прийняттям державної програми розвитку ринку туристичних послуг і розробкою та прийняттям на її базі відповідних регіональних (локальних) програм розвитку. Другий рівень передбачає розробку та прийняття загальнодержавних і регіональних детальних планів заходів та етапів впровадження стратегії. Третій рівень передбачає практичну реалізацію розроблених загальнодержавних та регіональних проектів, заходів, планів реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг. Строки та етапи локальних стратегій розвитку можуть бути відмінними як між собою, так і відносно державної стратегії, що обумовлено різними базовими вихідними умовами розвитку туристичного ринку, неоднорідними факторами стримування та ринкоформування тощо.

Ключовим елементом реалізації стратегії є постійний моніторинг виконання планів і заходів з її реалізації, оцінка впливу деструктивних та продуктивних факторів і корегування на цій підставі тактичних планів. Заключним елементом стратегії є оцінка досягнених цільових завдань і стратегічних пріоритетів її реалізації з урахуванням внесених корективів та впроваджених змін.

Очікувані результати реалізації стратегії розподіляються на кількісні і якісні, які, у свою чергу, можуть бути короткостроковими — досяжними паралельно втіленню стратегії, середньостроковими, можливість досягнення яких очікується із завершенням реалізації стратегії, та довгостроковими — вплив стратегії на які проявляється через декілька років, за умови її успішного виконання.

Висновки. Таким чином, розроблений механізм реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України, який запропоновано визначати як структуровану систему взаємодіючих елементів, об'єднаних у три взаємопов'язані блоки: функціональні елементи структури механізму реалізації стратегії, ресурсне та процесуальне забезпечення її реалізації, спроможний враховувати ендогенну та екзогенну спрямованість і потенціал ринку, дозволить забезпечити його перманентний, конкурентоспроможний, константний розвиток в умовах нестабільності та невизначеності.

Список літератури/References

1. Биркович, В. І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні / В. І. Биркович // Стратегічні пріоритети. — 2007. — № 4 (5). — С. 157–163.

Byrkovych, V. I. (2007). *Udoskonalennya derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku turyzmu na rehionalnomu rivni* [Improvement of tourism development state regulation at the regional level]. *Stratehichni priorytety* [Strategic priorities], no. 4 (5), pp. 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.

Vasylycha, N. V. (2013). *Osoblyvosti derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku rynku turystychnykh posluh* [Characteristics of tourist services market state regulation]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of Ukrainian National Forestry University], no. 23.7, pp. 188–193.

3. 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.

Malska, M. (2012). *Udoskonalennya derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku turyzmu v Ukraini z urakhuvanniam mizhnarodnoho dosvidu* [Improvement of tourism industry state regulation in Ukraine taking into consideration international experience]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny* [Visnyk of the Lviv University. Series International Relations], no. 29, part 2, pp. 143–151.

4. Саух, І. В. Державне регулювання розвитку туризму: сутність поняття та проблеми визначення / І. В. Саух // Актуальні проблеми економіки. — 2014. — № 4. — С. 59–66.

Saukh, I. V. (2014). *Udoskonalennya derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku turyzmu v Ukraini z urakhuvanniam mizhnarodnoho dosvidu* [State regulation of tourism development: the essence of the concept and the problem of definition]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Actual problems of economics], no. 4, pp. 59–66.

5. Хлоп'як, С. В. Державне регулювання туризму в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Хлоп'як Сергій Васильович. — Київ, 2015. — 27 с.

Khlopiak, S. (2015). *Derzhavne rehulyuvannya turyzmu v Ukraini* [State regulation of tourism in Ukraine. Kyiv, 27 p.

6. Мальська, М. П. Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму: можливості та перспективи для України / М. П. Мальська, А. М. Гришук, Ю. О. Масюк // Економічний часопис-XXI. — 2015. — № 155 (11–12). — С. 78–81.

Malska, M. P., Hryshchuk, A. M. & Masiuk, Yu. O. (2015). *Vprovadzhennya zarubizhnoho dosvidu stratehichnoho upravlinnya rozvytkom turyzmu: mozhlyvosti ta perspektyvy dlya Ukrainy* [Implementation of international experience in strategic management of tourism development: opportunities and prospects for Ukraine]. *Ekonomichnyy chasopys-XXI* [Economic Annals-XXI], no. 155 (11–12), pp. 78–81.

7. Савіцька, О. П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти / О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. — 2013. — № 754. — С. 68–74.

Savitska, O. P., Savitska, N. V. (2013). *Stratehiya rozvytku turystychnoyi industriyi v Ukraini: rehionalni aspekty* [Strategy of developing tourism industry in Ukraine: regional aspects]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivs'ka politekhnik»* [Visnyk of the Lviv Polytechnic National University], no. 754, pp. 68–74.

8. Смирнов, Є. В. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] / Є. В. Смирнов, О. П. Смирнова // Економіка та держава. — 2016. — № 8. — С. 28–34.

Smyrnov, Ye. V., Smyrnova O. P. (2016). *Stratehichni imperatyvy rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrainy* [Strategic imperatives of development tourism in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], no. 8, pp. 28–34.

Цель. Цель статьи — разработка механизма реализации стратегии развития рынка туристических услуг Украины в условиях нестабильности и неопределенности.

Методы. Теоретико-методологической базой исследования стали положения экономической теории, макро- и микроэкономики, теории управления. Для достижения поставленной цели в работе использовались следующие методы исследования: обобщения и систе-

матизации; процессный подход; программно-целевой подход; системного анализа и синтеза; графические методы.

Результаты. Предложен механизм реализации стратегии развития рынка туристических услуг Украины. Определены функциональные элементы структуры механизма реализации стратегии, среди которых: принципы реализации стратегии, функции и методы управления. Предложено ресурсное обеспечение механизма реализации стратегии, которое состоит из нормативно-правового, организационного, финансового и научно-методического обеспечения. Предложено процессуальное обеспечение реализации стратегии, состоящее из постепенных, предшествующих друг другу уровней ее внедрения. Заключительным элементом стратегии является оценка достигнутых целевых задач и стратегических приоритетов её реализации с учетом внесенных корректив внедренных изменений. Ожидаемым результатом внедрения механизма является достижение обеспечения перманентного, устойчивого развития туристического рынка в условиях нестабильности и неопределенности.

Ключевые слова: стратегия, развитие, рынок туристических услуг, туризм, механизм.

Objective. The objective of the article is to develop the implementation mechanism of Ukrainian tourism market development strategy in conditions of instability and uncertainty.

Methods. Theoretical and methodological basis of the study are the provisions of the economic theory, macro- and microeconomics, management theory. To achieve the research goal the following methods were used: generalization and systematization, process approach, program-target approach, system analysis and synthesis, graphical methods.

Results. The implementation mechanism of Ukrainian tourism market development strategy is proposed. The functional elements of the strategy implementation mechanism structure are defined, among them are: the principles of strategy implementation, functions and management methods. The resource provision of the strategy implementation mechanism is proposed, which consists of normative, legal, organizational, financial and scientific-methodological support. Procedural support for the implementation of the strategy which consists of the preceding levels of its implementation was set. The final element of the strategy implementation is the evaluation of the achieved targets and strategic priorities, taking into account the amendments and the implemented changes. The expected results of the mechanism implementation is to achieve the provision of permanent, sustainable development of the tourism market in conditions of instability and uncertainty.

Key words: strategy, development, tourism services market, tourism, mechanism.

Надійшла до редакції 04.04.2017