

К. екон. н., доцент Кожухівська Р. Б.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна

Формування організаційно-економічного механізму впливу на ринок туристичних послуг в регіоні

У сучасному розумінні туризм як важлива частина національної економіки країни являє собою міжгалузевий соціально-економічний комплекс, що складається із сукупності взаємопов'язаних галузей і виробництв. Однією з передумов формування туристичного комплексу є той факт, що кожна з галузей, яка є його складовою, цілеспрямовано задовольняє конкретні індивідуальні потреби туристів в різних послугах. Через множинності взаємопов'язаних ефектів послуги, такі галузі, більшою мірою мають взаємодоповнюваність і взаємопов'язаність розвитку, ніж взаємозамінюваність.

Кожна галузь туристичного комплексу робить свій внесок у підвищення ефективності функціонування туризму як соціально-економічного явища, обумовлений наступними галузевими особливостями: специфічним характером вироблених послуг, технологій і організації їх виробництва, а також економічних відносин між суб'єктами ринку, сформованих умов регулювання та управління цією діяльністю.

У нашій країні регулювання та управління у туристичною галуззю на національному рівні здійснюється через певні структури, які мають прямі і непрямі взаємозв'язки. Прямі взаємозв'язки забезпечують: Міністерство культури і туризму України (МКТ) та Державна служба туризму і курортів (Держтуризмкурортів).

У практичній діяльності формування організаційно-економічного механізму регулювання розвитку ринку туристичних послуг проявляється в централізації функцій на рівні регіонів. Значення даного механізму

визначається тим, що він дозволяє враховувати й погоджувати цілі функціонування та розвитку суб'єктів різних рівнів господарювання або управління, а також оптимізувати їх співвідношення.

Розглядаючи питання оцінки ефективності організаційно-економічного механізму, слід зазначити, що при виборі критеріїв і показників ефективності слід виходити з того, на якому щаблі ієрархії вони будуть застосовуватися, оскільки локальні критерії та показники ефективності нерідко не збігаються з показниками і критеріями ефективності функціонування системи в цілому. Вважається, що існуюча організаційна система буде ефективною у тому разі, коли отримано найвищий показник результату, який визначає поставлену мету.

Головними цілями розвитку туризму виступають:

- економія енергетичних ресурсів;
- забезпечення повної зайнятості;
- забезпечення економічного зростання з низьким рівнем інфляції;
- поліпшення діяльності федерального уряду;
- захист навколишнього середовища;
- раціональне використання ресурсів;
- економічний розвиток міст;
- збереження національного багатства;
- захист прав споживачів туристичних послуг;
- боротьба з дискримінацією за національною та іншими ознаками в сфері туристського споживання;
- поліпшення фізичного і психічного здоров'я споживачів;
- покриття від'ємного сальдо від зовнішньої торгівлі;
- використання системи збалансованого оподаткування;
- підтримка малого бізнесу;
- мінімізація державного втручання в приватний бізнес;
- поліпшення іміджу туристського регіону або центру на міжнародному ринку;
- раціональне використання національної транспортної системи [1, с. 100].

Серед цілей розвитку туризму можна також виділити ті з них, які сприяють економічному і соціальному розвитку регіону за рахунок:

- досягнення стабільності економічної системи;
- оптимізації внеску туризму та рекреації в економічне процвітання;
- поліпшення зовнішньоторговельного балансу;
- формування іміджу території, заснованого на культурної та національної унікальності регіону;
- активізації підприємницької діяльності;
- формування стратегії повного використання трудових ресурсів;
- підтримки особистісного зростання та підвищення рівня освіти населення;
- правового регулювання суспільного благополуччя;
- раціонального використання туристичних ресурсів регіону [2, с. 242].

Залежно від межі планування змінюється структура цільової системи розвитку ринку. На перший місце висуваються основні цілі ринкового механізму, тобто економічні, а в напрямку перспективного розвитку ринкової системи актуалізуються соціальні та екологічні наслідки прийнятих рішень. Особливість дослідження міжгалузевого туристського комплексу полягає в тому, що крім основних цілей, кожна з галузей має власну систему показників, що характеризує її ефективність і застосовується як при ситуаційному аналізі галузі, так і при її перспективному плануванні.

У процесі розробки напрямів розвитку ринку туристичних послуг, в регіоні важливим моментом є облік факторів, що впливають на розвиток даного ринку, що утворюють зовнішнє середовище і які умовно можна поділити на дві групи:

- а) фактори макросередовища ринку, тобто фактори, які впливають на розвиток як міжнародного, так і національного та регіонального ринку туристичних послуг;
- б) фактори мікросередовища ринку, в істотній мірі визначають розвиток саме регіонального ринку туристичних послуг.

Чинники макросередовища ринку формують такі види середовища: соціальну, технологічну, екологічну, політичну, економічну.

У межах конкретного регіону на розвиток ринку туристичних послуг здійснюють вплив наступні фактори:

- а) туристичний попит або попит на туристські ресурси регіону;
- б) рівень розвитку транспортної інфраструктури;
- в) рівень ділової активності регіону.

Наявність потенційного попиту на туристичні ресурси і туристична інфраструктура в регіоні є найбільш важливими чинниками розвитку туризму. Особливо слід відзначити, що оцінка прогнозованого попиту має враховувати можливості будівництва туристичних комплексів, готелів та їх ефективне функціонування, тому числі екологічні, економічні та соціальні наслідки прийнятих рішень.

Список використаних джерел:

1. Розанова, Т.П. Формирование организационно-экономического механизма воздействия на рынок гостиничных услуг в регионе [Текст] : /Т.П. Розанова // Российское предпринимательство. – 2004. – № 9 (57). – с. 98–102.
2. Mill R.Ch. The Tourism System: An Introductory [Text] : / R.Ch. Mill, A.M. Morrison – 2 th. edition. – New Jersey: Prentice – Hall Inc., 2013. – 506 p.