

ятливих умов для залучення в регіон представництв великих міжнародних і загальнонаціональних ЗМІ; спонсорству телепрограм, які відбивають у позитивному ключі різні аспекти розвитку або специфіки регіону; створенню офіційного Інтернет-порталу, який представляє регіон.

1. Імідж України і Росії в умовах політичних змін // Сайт «Українська правда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epravda.com.ua/press/4a0132f1c7502>.

2. Качинська Н. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену / Н. Качинська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1738>.

3. Кондратьева Е.Г. Особенности и проблемы создания и продвижения региональных брендов [Электронный ресурс] / Е.Г. Кондратьева // Вестник Северо-Кавказского гос. техн. ун-та. – 2006. – №5. – Режим доступа: <http://www.nestu.ru>.

4. Оболенцева Л.В. Дослідження організаційно-економічного механізму забезпечення регіонального іміджу // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Економічна серія. – 2010. – №921. – С.98-102.

5. Панкрухин А.П. Как приходят к осознанию необходимости маркетинга региона/ Панкрухин А.П. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/territory/3_1.htm.

6. Почепцов Г.Г. Имиджеология / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. – 698 с.

7. Хижняк Л.М. Конструювання іміджу регіону як шлях виходу з соціально-економічної кризи [Електронний ресурс] / Л.М. Хижняк // Соціальні технології. – 2009. – №42. – Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=23236#ftn1>.

8. Черная И.П. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга / И.П. Черная // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – №4. – С.13-18.

9. Щурко О. Чинники формування міжнародного образу держави: принципи класифікацій / О. Щурко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.postua.info/shchul>.

Отримано 23.04.2012

УДК 338.48

В.В.АБРАМОВ, М.О.СОЛОДУХІНА

Харківська національна академія міського господарства

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ АВТОНОМНОЇ РЕСПУБЛІКИ КРИМ

Аналізується стан ринку туристських послуг АР Крим, визначено перспективи його розвитку.

Анализируется состояние рынка туристских услуг АР Крым, определены перспективы его развития.

An analysis of the tourism market of Crimea and the definition of the prospects for its development.

Ключові слова: туристський продукт, туристська послуга, туристський ринок, туристський комплекс.

Туристський бізнес у світовій спільноті займає одне з перших місць по прибутковості та значущості для всього співтовариства. В Україні він перебуває на стадії глибокої структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрігалузевих, міжгалузевих та зовнішньоекономічних зв'язків, системи державного регулювання туристської діяльності. У цих умовах необхідне визначення сучасного стану та нового вектора розвитку регіональних ринків туристських послуг, їх активної інтеграції в систему світового туристського руху.

Проблеми й особливості розвитку туризму, передумови виникнення, принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристського комплексу, класифікація їх форм і видів, організація діяльності у ринкових умовах, методологія розробки і реалізації державної та регіональної туристської політики, світовий досвід організації туризму висвітлено в наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених: І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, Т.П. Каверіна, Г.А. Папірян, М.Портер [1-3] та ін.

Водночас, питання стосовно сучасних умов функціонування підприємств курортно-туристського господарства не досить повно розглянуто. Існує потреба у поглибленому науковому дослідженні фактичних аспектів формування туристського продукту, виявлення доцільних щодо розвитку регіонального туристського ринку заходів, визначення пріоритетів та окреслення шляхів підвищення ефективності використання рекреаційно-туристського потенціалу регіонів України.

Актуальність дослідження ринку туристських послуг та визначення перспектив його розвитку визначена динамічними змінами туристського попиту й пропозиціями і також процесами інтернаціоналізації та інтеграції.

Метою дослідження є аналіз стану ринку туристських послуг АР Крим і визначення перспектив його розвитку.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- визначення місця туризму в економічній системі держави і регіону;
- комплексне дослідження в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму в регіоні;
- аналіз та оцінка інфраструктурного забезпечення туристського ринку регіону;
- визначення пріоритетних напрямків розвитку регіонального туристського ринку;
- визначення економічних та правових передумов активізації туризму та розробка інструментів підвищення ефективності туризму в

регіоні.

Об'єкт дослідження – процеси функціонування туристського ринку в Автономній Республіці Крим.

Предмет дослідження – результати функціонування курортно-туристського комплексу і механізми активізації туризму в регіоні.

Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять положення сучасної економічної теорії, праці вітчизняних та зарубіжних учених з проблем ринкової та регіональної економіки, розвитку туристського ринку регіону, його елементів і механізмів управління. У процесі дослідження для вирішення поставлених завдань використані загальнонаукові методи: економіко-статистичні методи, порівняння (при аналізі соціально-економічних передумов, можливостей і мотивів розвитку туристського ринку у АРК та визначенні пріоритетних напрямків рекреаційно-туристської діяльності).

Крим має у своєму розпорядженні істотні рекреаційні можливості, в основі яких лежить вигідне географічне положення, унікальні природні лікувальні ресурси, багата історична і культурна спадщина.

Близько 30% рекреаційних ресурсів України сконцентровано в Криму, і це при тому, що площа регіону складає всього 4,3% території країни. В Криму понад 500 пляжів, 5 ландшафтних зон, 3 кліматичні зони, 23 озера з лікувальними грязями, 23 розвіданих джерела мінеральної води [4]. Проте, велика частина цих можливостей в даний час не розвивається і не використовується повністю.

Впродовж 2000-2010 рр. АР Крим займає одне з провідних місць у туристському бізнесі України (друге за рейтингом) щодо обслуговування іноземних і вітчизняних туристів, екскурсантів, а також за об'ємами надаваних туристичних послуг.

В середньому 5-6 млн. туристів щорічно прибувають до Криму (у 2010 р. – 5,7 млн. осіб) (таблиця).

Туристська галузь в автономії є пріоритетною, частка платежів до бюджету від курортних регіонів складають 47% всіх надходжень по Криму. Збір платежів до бюджетів усіх рівнів від курортних регіонів у 2010 р. склав 2407,1 млн. грн., що більше ніж у 2009 р. на 378,7 млн. грн., або на 18,7%. Збір платежів до бюджету від підприємств санаторно-курортного і туристського комплексів в 2010 р. склав 320,6 млн. грн., що більше ніж у 2009 р. на 49,9 млн. грн., або на 18,4% (таблиця).

У санаторно-курортному і туристському комплексі Автономії зайнято понад 40 тис. чол. [4].

Найважливіші показники, що характеризують роботу підприємств рекреаційного комплексу АРК за 2009-2010 рр., наведено в таблиці.

Комунальне господарство міст

Основні показники, що характеризують роботу підприємств рекреаційного комплексу АРК за 2009-2010 рр.

№ п/п	Показники	2009 р.	2010 р.	Відхилення 2010 р. до 2009 р.	
				+ (-)	%
1	Кількість зареєстрованих санаторно-курортних установ і туристських підприємств, що мають власну базу розміщення	656	656	-	-
2	Кількість суб'єктів туристської діяльності, що мають право на здійснення турагентської і турагентської діяльності	584	608	+ 24	4,1
3	Об'єм реалізації всіх видів послуг (у цінах, що діють), млн. грн.	3662,7	4328,7	+ 666,0	18,2
4	Збір платежів до бюджетів всіх рівнів від курортних регіонів, млн. грн.	2028,4	2407,1	+ 378,7	18,7
5	Збір платежів до бюджету від підприємств санаторно-курортного і туристичного комплексів, млн. грн.	270,7	320,6	+ 49,9	18,4
6	Чисельність тих, що працюють в санаторно-курортних (оздоровчих) установах і на туристських підприємствах, тис. чол.	42,0	44,0	+ 2	4,8
7	Кількість відпочиваючих всього, млн. чол.	5,02	5,72	+ 0,7	13,9
	Зокрема				
7.1	Чисельність організованих відпочиваючих, млн. чол.	1,07	1,16	+ 0,09	8,4
7.2	Чисельність неорганізованих відпочиваючих, млн. чол.	3,95	4,56	+ 0,61	15,4

Кількість зареєстрованих санаторно-курортних установ і туристських підприємств, що мають власну базу розміщення в 2010 р. порівняно з 2009 р. залишилась незмінною і склала 656 од. Кількість суб'єктів туристської діяльності, що мають право на здійснення турагентської і турагентської діяльності в 2010 р. збільшилося на 4,1%, або на 24 суб'єкти.

Об'єм реалізації всіх видів послуг в 2010 р. зріс порівняно з 2009р. на 666,0 млн. грн. (у цінах, що діють), або на 18,2%. У 2010 р. в Криму відпочили 5,72 млн. чоловік, що більше ніж у 2009 р. на 0,7 млн. чол., або на 13,9%.

У 2010 р. санаторно-курортні установи і туристські підприємства, розташовані на території Автономної Республіки Крим, становили комплекс, до якого входили 656 об'єктів. Санаторії в основному зосереджені на Південному березі Криму і курорті Євпаторія. Із загальної

кількості підприємств комплексу тільки 256 призначені для цілорічного функціонування, 400 – сезонні, що складає 62,0%. На території АРК функціонують здравниці, що відносяться до власності інших держав (Узбекистану, Білорусі, Російської Федерації).

Основним засобом розміщення традиційно є санаторно-курортні установи (553 об'єкти) довготривалого мешкання, розраховані на 119,5 тис. місць; у м.Севастополі налічується близько 200 об'єктів на 13,3 тис. місць. Основна ємкість санаторіїв зосереджена в районі Великої Ялти і Саксько-Євпаторійської групи курортів, пансіонати набули поширення в містах Алушта, Ялта, Судак, Феодосія, на узбережжі Сімферопольського і Бахчисарайського районів.

У районах нового освоєння провідним типом підприємств стають бази відпочинку. Коефіцієнт завантаження установ санаторно-курортного комплексу АР Крим протягом останніх п'яти років мав негативну динаміку: якщо в 2005 р. він складав 65,1%, то в 2010 р. зменшився до 58,2%. У сезони 2008-2010 рр. був затребуваний відпочинок в приватному секторі (рис.1).

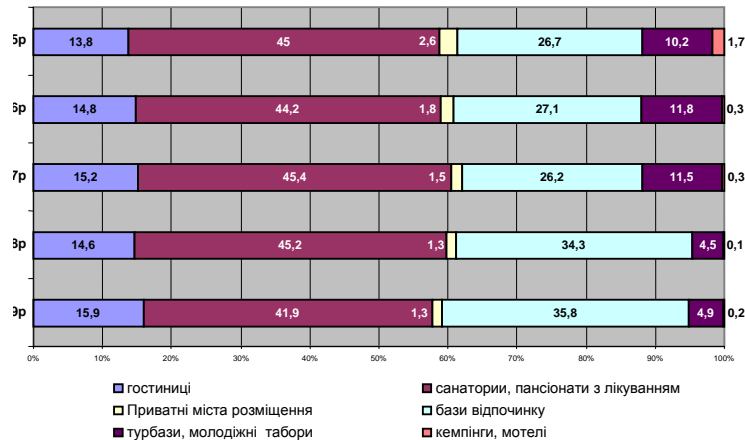


Рис.1 – Зміна структури розміщення туристів, що відвідали АРК в 2005-2009 рр., %

З кінця 1990-х і початку 2000-х років структура здравниць зазнала змін, пов'язаних з ослабленням лікувальної функції курортів і полегшенням оздоровчої і розважальної функцій. У Криму зберігає свою гтуальність проблема сезонності функціонування більшості структурних підрозділів туристсько-рекреаційного комплексу (середній коефіцієнт сезонності по Криму – 0,45) [5].

Основною причиною відвідувань Криму залишається відпочинок.

Різке скорочення мотивації туристів відбулося в секторі спортивного туризму: частка туристів, що прибувають із спортивно-оздоровчими цілями, впала з 8,1% у 2002 р. до 3,4% у 2008 р. Основними причинами з'явилася повна відсутність крупних спортивних подій; моральне старіння інфраструктури в гірничо-лісовій зоні Криму; невисока прибутковість активного туризму при значній складності в організації [5].

Туристське і екскурсійне обслуговування в АР Крим здійснюють 608 суб'єктів підприємництва, в тому числі 190 туроператорів. Майже 90% туристських підприємств зосереджено в п'яти кримських містах – Сімферополі і головних курортних центрах – Ялті, Євпаторії, Феодосії і Алушті. У туристському обслуговуванні зайнято 2921 чол., екскурсійною діяльністю в Криму професійно займаються 764 чол. У структурі туристських послуг слабо представлено зовнішньоекономічний сектор: більше 60% складають послуги внутрішнього туризму [5].

Структура в'їзного потоку по цілях подорожі за останні п'ять років змінювалася у напрямі скорочення частки організованого туризму і збільшення питомої ваги приватних поїздок. Із службовою, діловою і учбовою цілями подорожує 5% в'їзного потоку; туризм, релігійний, культурний і спортивний обмін (організований туризм) складає 7%, а приватні поїздки досягли 88% всієї кількості в'їзних туристів.

У 2009 р. з метою туризму в АР Крим в'їхало 145,7 тис. іноземних громадян із 120 країн світу, в м. Севастополь – 99,9 тис. чол. У першу десятку країн, що генерують туристські потоки до Криму, ввійшли: Російська Федерація (59,8%), Великобританія (7,1%), Німеччина (6,4%), США (4,5%), Туреччина (3,8%), Узбекистан (2,1%), Італія (1,3%), Польща (1,3%), Канада (1,2%), Австрія (0,9%). Спостерігається тенденція скорочення питомої ваги російських туристів і зростання в'їзних потоків з країн далекого зарубіжжя (рис.2).

Основними відправляючими ринками є країни Східною, Центральною і, в меншій мірі, Західної Європи. Поки не сформований попит на кримський турпродукт на ринках Північної Америки, Латинської Америки, Південної і Південно-східної Азії, Африки, Австралії і Океанії [6].

Традиція проводити відпустку в Криму зберігає певну актуальність для частини населення пострадянських республік, у першу чергу, Росії і Білорусі, проте розвиток ринкових відносин і входження України в систему світового туризму різко погіршив конкурентні позиції Криму серед інших регіонів Причорномор'я. Сучасними чинниками, що впливають на мотивацію поїздок до Криму, є якість вироблюваних послуг у поєднанні з ціновим чинником; ступінь інформованості потенційних туристів про рекреаційні можливості регіону, кваліфікація

обслуговуючого персоналу. Під впливом кризових явищ в світовій економіці з 2008 р. в регіоні спостерігається зростання попиту на малобюджетний відпочинок, скорочення термінів туристських поїздок, зменшення витрат на додаткові послуги.

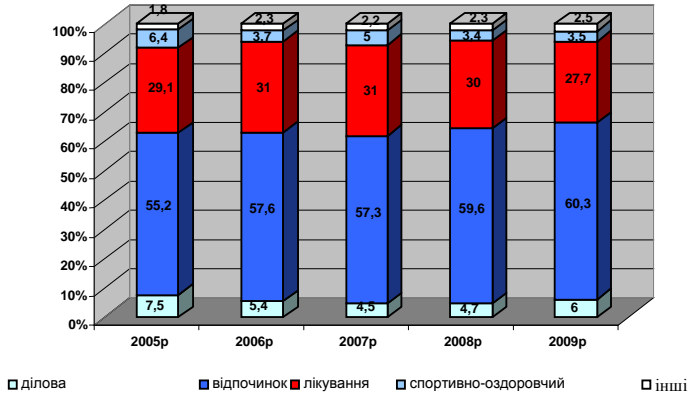


Рис.2 – Структура в'їзного потоку до Криму по цілях подорожі

Сучасна функціональна структура туристсько-рекреаційного комплексу АР Крим відрізняється недостатнім рівнем диверсифікації, але має позитивну динаміку оновлення видів і форм туристсько-рекреаційної діяльності. У Криму зберігається спеціалізація на розвитку санаторно-курортного лікування (Ялта, Євпаторія, Саки, Алушта, Феодосія) і оздоровчій купально-пляжній рекреації (узбережжя Чорного і Азовського морів). Затребуваними кримськими destinations стають райони гірсько-лісової зони Криму, що забезпечують гірсько-пішохідний туризм, спелеотуризм, скелелазіння, велосипедний, кінний, автомобільний, промисловий, екологічний, екстремальний і пригодницький туризм, аеротуризм. Поки поволі росте попит на водні види туризму – круїзний морський, яхтинг, дайвінг, віндсерфінг. У групі соціокультурних видів туризму з'явилися нові маршрути екскурсійного, етнографічного, наукового, паломницького, фестивального, військового, винного туризму [5].

Рівень інноваційності туристсько-рекреаційного продукту Криму оцінюється як низький і недостатній для додання могутнього імпульсу туристській підприємницькій активності. В регіоні відсутні комплексні інноваційні програми розвитку рекреації і туризму, що враховують тенденції розвитку світового ринку послуг і актуалізують ресурсний потенціал регіонів Криму.

Проведене нами дослідження свідчить, що в умовах активних процесів міжнародної глобалізації і інтеграції ринку туристських послуг, регіональний турпродукт АР Крим втрачає свої конкурентні позиції. З метою збереження існуючих і збільшення розмірів туристських потоків необхідно:

- досконало вивчити нормативно-правову базу функціонування рекреаційного комплексу України та розробити механізми сприяння і стимулювання розвитку курортно-туристської галузі на основі реалізації регіонального туристського потенціалу;
- розробити ефективні заходи регіональної туристської політики;
- виконувати активний пошук засобів інтенсифікації виробництва регіонального туристського продукту із забезпеченням необхідної його якості.

1.Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

2.Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.

3.Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. – М.: Междунар. отношения, 1994. – 896 с.

4.Офіційний сайт Міністерства курортів і туризму АРК. Програма розвитку і реформування рекреаційного комплексу АРК на 2012-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ark.gov.ua/images/strategiya2011-2020new-5.pdf>.

5.Офіційний сайт Міністерства курортів і туризму АРК. Стратегія економічного і соціального розвитку Автономної Республіки Крим на 2011-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ark.gov.ua/images/strategiya2011-2020new-5.pdf>.

6.Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

Отримано 26.04.2012

УДК 330.341

М.В.ТИМЧЕНКО

Харківська національна академія міського господарства

НАУКОВІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ КЛАСТЕРІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Проаналізовано теоретичні та практичні аспекти поняття кластера та визначено поняття туристичного кластера. Досліджено вплив кластерів на ефективний розвиток туризму на регіональному рівні.

Проанализированы теоретические и практические аспекты понятия кластера и определены понятия туристического кластера. Исследовано влияние кластеров на эффективное развитие туризма на региональном уровне.

It is analysed theoretical and practical aspects of the cluster concept and defined the concept of tourism cluster. The influence of clusters on the effective development of tourism at the regional level.