

УДК 338.48

Сагірова А.С.

*кандидат економічних наук, доцент
Державного вищого навчального закладу
«Приазовський державний технічний університет»***РОЛЬ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ
В РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ****THE ROLE OF THE MIDDLE CLASS IN THE DEVELOPMENT
OF RECREATIONAL AND TOURISM SPHERE****АНОТАЦІЯ**

У статті розглянуто аспекти розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні за умов поширення прошарку середнього класу. Підкреслено значення туристичних та рекреаційних послуг в Україні, оскільки саме ця сфера може стати одним з «локомотивів» виходу національної економіки з кризового стану та сприяти підвищенню конкурентоспроможності національного виробництва загалом. Особливу увагу приділено формуванню умов підвищення кількості середнього класу в Україні, котрий є соціальною базою, фундаментом і запорукою стабільності громадянського суспільства, а також невід'ємною складовою розвитку туристичної галузі.

Ключові слова: середній клас, рекреаційна послуга, туризм, соціальна сфера, доходи населення, національна економіка, розвинуті країни світу, Євросоюз.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены пути развития рынка туристических и рекреационных услуг в Украине посредством расширения прослойки среднего класса. Подчеркнуто значение туристических и рекреационных услуг в Украине, так как именно эта сфера может стать одним из «локомотивов» выхода национальной экономики из кризисного состояния и способствовать повышению конкурентоспособности национального производства в целом. Особое внимание уделено формированию условий повышения численности среднего класса в Украине, который является социальной базой, фундаментом и гарантом стабильности гражданского общества, а также неотъемлемой составляющей развития туристической отрасли.

Ключевые слова: средний класс, рекреационная услуга, туризм, социальная сфера, доходы населения, национальная экономика, развитые страны мира, Евросоюз.

ANNOTATION

The ways of development of the tourist and recreational services market in Ukraine are considered through the expansion of the middle class stratum. The importance of tourist and recreational services in Ukraine is underlined, as this sphere can become one of the "locomotives" of the national economy's exit from the crisis condition and contribute to the competitiveness of the national production as a whole. Particular attention is paid to the formation of conditions for the development of a large middle class in Ukraine, which is the social base, the foundation and guarantor of the stability of civil society, and an integral part of the development of the tourism industry.

Keywords: middle class, recreational service, tourism, social sphere, income of the population, national economy, developed countries of the world, European Union.

Постановка проблеми. Пріоритетність розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні до недавнього часу традиційно розглядалась як другорядний напрям порівняно з металургійною промисловістю, сільським господарством та іншими секторами виробництва. Водночас така позиція не відповідає загальносвітовим тенденціям. Адаже у світовій економіці

XXI ст. динаміка розвитку сфери послуг та її невід'ємної складової, а саме сфери туризму та рекреації, випереджає динаміку розвитку реального сектору національної економіки. Економічним підґрунтям цього є здешевлення транспортних послуг, зростання доходів населення, збільшення прошарку середнього класу, зростання тривалості життя, а також збільшення кількості людей, що мають середню та вищу освіту (що сприяє зростанню попиту на нові враження, подорожі, відпочинок) тощо. Все більше країн світу усвідомлюють вигідність та вагомий соціально-економічний ефект розвитку туризму та рекреації, зокрема створення нових робочих місць, валютні надходження до бюджетів усіх рівнів, розвиток малого та середнього бізнесу, що обслуговує туризм та рекреацію, розвиток інфраструктурних об'єктів. Практику пріоритетного розвитку туризму та рекреації доцільно впровадити в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність, роль, та специфіку розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні, визначення його місця у забезпеченні економічного зростання національної економіки вивчали відомі вітчизняні та зарубіжні вчені. Серед українських дослідників слід назвати таких, як С. Біла [1], М. Мальська, Н. Антонюк, Н. Ганич, Н. Чоренька, В. Величко, М. Покоloodна, В. Стафійчук, О. Вовчак, Д. Денисюк. Серед іноземних науковців, що досліджували питання рекреації та туризму, слід назвати таких, як Дж.К. Холлоуей, Н. Тейлор, Д. Меррілл, М. Монтгомері, Р. Стівенсон, У. Хачтен, Д. Шоу.

До теми середнього класу звертались у своїх працях такі зарубіжні вчені, як, зокрема, К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, В. Парето, Е. Дюркгейм, Т. Заславська. Проблематиці теоретичних основ формування середнього класу присвятили роботи такі українські науковці, як, зокрема, Е. Лібанова, О. Куценко, С. Макеєв, В. Паніотто, В. Хмелько, М. Шаповал, В. Коломийчук, В. Бережи, О. Куценко, Е. Головаха.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідно зазначити, що сьогодні не існує жодної наукової роботи, у якій би комплексно були представлені всі аспекти впливу середнього класу на розвиток

ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні. Це ще раз свідчить про актуальність та своєчасність дослідження означеної теми.

Мета статті полягає у визначенні ролі середнього класу в розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток туризму взаємопов'язаний з фазою економічного циклу, в якій знаходиться не лише національна економіка, але й світова. Так, під час економічної кризи кількість міжнародних туристичних прибуттів, як правило, значно знижується. Якщо розглядати соціально-економічні чинники розвитку туризму, то необхідно розпочати з основних економічних показників, які істотно впливають на стан туристичного ринку, таких як рівень доходу, вартість життя, наявність заощаджень у населення і можливість їх кредитування. Також варто відзначити, що існує пряма залежність між рівнем доходу населення та схильністю до подорожей. За певного рівня доходу люди починають подорожувати, а за ступенем його росту збільшуються відносні витрати на подорожі. Так, згідно з даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO), близько 69% усіх турпоїздок у світі здійснюють люди, яких відносять до заможних громадян і «вищого середнього класу» [2].

Оскільки матеріальне становище людини позначається на її потребах та купівельному виборі, можна відзначити, що зі збільшенням доходів споживача зростає доля його витрат на предмети розкоші. Іншими словами, підвищення рівня доходу збільшує попит на «відпочинок і вільний час». Таким чином, на ринку виявляється дія закону Веблена, згідно з яким предмети розкоші купуються перш за все заради їх соціального значення, престижу, моди тощо.

Необхідно відзначити також соціальні чинники, такі як рівень освіти, культури, естетичні потреби населення. Згідно з оцінками експертів люди з більш високим рівнем освіти й культури здатні раціонально розподілити свій час, використати його для вивчення довкілля,

історії, побуту, фольклору та мистецтва інших країн і народів за допомогою туризму.

У звіті «Всесвітній ринок рекреаційних послуг: синергія та можливості» за 2013 р. «National Recreation Summit» зазначено, що у 30 найбільш розвинутих країнах світу налічується близько 289 млн. осіб, які є активними споживачами рекреаційних послуг. Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (WLRA) «Global Consumer Study» оприлюднила дані 2015 р. щодо попиту на рекреаційні послуги в 11 країнах світу [3].

Офіційна статистика свідчить про тісний зв'язок між тривалістю життя людини, якістю медичного обслуговування та інтенсивністю споживання рекреаційних послуг. Майже всі країни, які є найбільшими у світі споживачами рекреаційних послуг, належать до розвинених, до найбагатших країн світу. І саме у цих державах дуже велика увага приділяється здоров'ю людини та, відповідно, розвитку рекреаційної сфери і рекреаційних послуг. Згідно з даними WLRA близько 20 млн. осіб європейців відвідують курорти принаймні один раз на рік.

Високий рівень економічного розвитку більшості європейських країн, доходи населення та його соціальна структура (переважання середнього класу) дають змогу реалізувати потребу у відпочинку більшої частини населення, зокрема за межами своїх країн. Про це свідчить той факт, що серед 11 держав, що є світовими лідерами у споживанні рекреаційних послуг, шість є європейськими країнами.

Так, в табл. 2 зведені дані наявності різних соціальних класів у розвинутих країнах світу за 2014 р. [4].

Зіставивши дані табл. 1 з даними табл. 2, можемо зазначити, що за такими країнами, як Франція, Німеччина, Італія, Велика Британія, Іспанія, США, дані корегуються. Вступ України до ЄС вимагає підвищення стандартів розвитку всіх сфер суспільного життя до рівня економічно розвинутих країн. Особливо це стосується соціальної сфери, зокрема рівня добробуту населення. Це зумовлене тим, що саме в

Таблиця 1

Найбільші споживачі рекреаційних послуг у світі (2015 р.)

Країна	Частка активних споживачів серед загальної кількості населення (%)	Число активних споживачів (млн. осіб)
Австралія	21	4,5
Австрія	42	3,5
Канада	23	7,7
Франція	10	6,2
Німеччина	30	24,6
Італія	39	23,3
Японія	19	24,3
Сінгапур	68	3,3
Іспанія	37	16,9
Велика Британія	25	15,3
Сполучені Штати Америки	23	70,0

Таблиця 2

**Частка дорослого населення різних соціальних класів
у розвинутих країнах світу (дані за 2014 р.), %**

Країна	Малозабезпечений клас	Середній клас	Заможний клас
Данія	14	80	7
Норвегія	14	80	7
Нідерланди	13	79	8
Фінляндія	17	75	8
Люксембург	17	75	8
Франція	17	74	9
Німеччина	18	72	10
Ірландія	19	69	12
Італія	22	67	11
Британія	19	67	14
Іспанія	24	64	16
США	26	59	15

соціальної сфері спостерігається найбільше відставання України, що є серйозною перешкодою реалізації плану дій щодо принаймні асоційованого членства в Євросоюзі.

Середній клас, про який так багато згадується останнім часом, вважається фундаментом і соціальною базою в розвинутих країнах, економічна координація в яких здійснюється ринковою системою. Спрямованість економічних реформ має підпорядковуватись інтересам середнього класу суспільства. Саме середній клас у світі завжди був і є головною та переважною частиною громадянського суспільства, найнадійнішою опорою ринково-демократичних перетворень.

Середній клас – група людей, що має стійкі доходи, достатні для задоволення широкого кола матеріальних і соціальних потреб. До середнього класу, як правило, відносять таких людей, які мають високий рівень освіти і кваліфікації, які займають у суспільстві проміжне становище між багатомовною невеликою частиною і значною низькооплачуваною частиною населення [5].

В Україні ще не сформовано достатніх умов для розвитку численного середнього класу через політичні та соціальні перетворення, які відбуваються. Населення не може швидко адаптуватися до змін, які відбуваються з 2014 р. Тимчасова окупація Криму та тривале АТО на Сході України завдають соціально-економічній галузі України великих втрат. Формування українського середнього класу перебуває поки що на початковому етапі. Це насамперед пояснюється низьким рівнем життя, в якому велику роль відіграє низький рівень заробітної плати, що призводить до неминучого руйнування трудового потенціалу, як наслідок, не стимулює подальший розвиток виробництва.

В економічно розвинутих країнах до середнього класу, як правило, відносять представників середнього бізнесу, високооплачувані прошки творчої інтелігенції, менеджерів великих та середніх компаній, державних службовців високого рангу, робітників-професіоналів най-

вищої кваліфікації, зайнятих переважно в галузях з новітніми технологіями. Цей клас становить прошарок матеріально забезпечених людей, до якого входять не лише середні та дрібні власники засобів виробництва, але й наймані працівники, а саме фахівці, службовці, високооплачувані робітники, особи вільних професій, які роблять кар'єру.

Основним критерієм ідентифікації середнього класу є рівень матеріального добробуту, який включає рівень душевого доходу; наявність певного набору дорогого майна (автомобіль, обладнане технікою житло); можливість придбавати платні соціальні послуги (освіта, медицина); здатність подорожувати світом (поїздки за кордон на відпочинок) тощо.

Реально зіставивши рівень доходів з наявністю освіти та ступенем соціальної активності, до середнього класу сьогодні в Україні можемо віднести не більше 5–8% українців, а це незмірно мало для формування в Україні громадянського суспільства, готового взяти на себе відповідальність за ефективний соціально-економічний розвиток України [6].

Формування середнього класу є цивілізаційною проблемою. Оскільки середній клас є фундаментом, соціальною базою і запорукою стабільності громадянського суспільства, необхідно всіляко сприяти вирішенню проблем формування середнього класу. Для цього передусім доцільно було б дати офіційне визначення та критерії визначення середнього класу з огляду на реалії, притаманні Україні, а також сприяти розвитку політики збільшення доходів населення за рахунок володіння власністю (акціями, землею, нерухомістю тощо).

Згідно з даними опитувань центру «Соціальний моніторинг» з 2015 р. від 73% до 80% населення України говорять, що у них немає накопичень, окрім поточних витрат, у них немає ні депозитів, ні акцій, ні облігацій; 26% складають ті, хто мають гроші.

У висновках «Доповіді про стан людського розвитку» за 2016 р. під назвою «Людський роз-

виток для всіх і кожного», яку Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) оприлюднила 21 березня у Стокгольмі (Швеція) і яку було представлено в Києві 30 березня 2017 р., говориться, що в Україні налічуються 1,7 млн. внутрішньо переміщених осіб, 2,8 млн. людей з обмеженими можливостями, близько 60% живуть за межею бідності, що визначається як фактичний прожитковий мінімум [7].

Висновки. Вирішення соціальних проблем в українському суспільстві є головною умовою, невід'ємною складовою процесів демократизації та входження України до складу розвинутих країн світу. Водночас детальне дослідження особливостей розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні набуває нині особливого значення, оскільки саме ця сфера може стати одним з «локомотивів» виходу національної економіки з кризового стану та сприяти підвищенню конкурентоспроможності національного виробництва загалом. В умовах загострення соціально-економічної кризи в Україні (внаслідок втрати традиційних ринків збуту, падіння обсягів виробництва реального сектору економіки), зростання безробіття та падіння купівельної спроможності населення тощо Україні доцільно здійснити структурну перебудову з огляду на пріоритетність розвитку сфери послуг, важливе місце в якій посідають туризм та рекреація. Розвиток ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні, все-

бічна інституційна державна підтримка цього напряму сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу, дасть змогу створити нові робочі місця та підвищити самозайнятість населення, забезпечить потужний поштовх формуванню «точок економічного зростання» на місцевому та регіональному рівнях, що гарантовано сприятиме виходу України зі стану економічної депресії та переходу до стабільного економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біла С. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2016. № 1. С. 17–23.
2. World Tourism Organization (UNWTO). URL: <http://www2.unwto.org/ru/home>.
3. World Leisure and Recreation Association (WLRA). URL: <http://www.worldleisure.org>.
4. Pew Research Center, social trends. URL: <http://www.pewsocialtrends.org>.
5. Середній клас. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D1%96%D0%B9_%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81.
6. Розвиток середнього класу – громадська ініціатива 2015 р. URL: <http://www.middleclass.org.ua/sredniy-klass-v-ukraine-tseli-i-zadachi>.
7. Human Development Report 2016. Human Development for Everyone. URL: <http://report.hdr.undp.org>.