УДК 338.48 (477) Лілія БАШКОВА, Лілія КОНДРАЦЬКА, Надія ПАПУША

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТАНОВЛЕННЯ НОВІТНЬОЇ ПАРАДИГМИ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються суттєві якісні зміни та невирішені проблеми аналізу системи в'їзного туризму в Україні, його структурних складових, інструментарію та базових категорій, а також способи адаптації механізмів формування туристичних комплексів, що опираються на досвід зарубіжних країн на сучасному етапі.

Ключові слова: *в'їзний туризм, туристична інфраструктура, туристичні кластери, курортно-рекреаційна зона, міжнародний туризм, туристичний комплекс.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Основними передумовами формування глобальної економіки виступають стрімка інтернаціоналізація господарського життя та світовий інтеграційний процес, а матеріальну основу її складають міжнародні ринки капіталів, товарів, послуг, цінних паперів, робочої сили. Глобалізація економіки стала на сучасному етапі важливою передумовою забезпечення господарського зростання країн, вона перетворює міжнародні зв'язки у вирішальний фактор прогресу національних господарських комплексів.

Туризм як складова міжнародних економічних відносин та міжнародного співробітництва перебуває під постійним впливом глобалізації. Тому можна впевнено вважати глобалізацію новим фактором розвитку "в'їзного" туризму і стверджувати, що глобалізація суспільного розвитку є джерелом валютних надходжень в економіку України.

Важливо підкреслити, що туризм в експорті України зайняв п'яте місце. Кількість відвідувань України іноземцями зросла у 2,2 рази, а кількість іноземних туристів збільшилась на 19%. Тільки у 2009 році Україну відвідало понад 11 млн. громадян із 168 країн світу із них з метою туризму - майже 4,5 млн. чоловік. У розвитку міжнародного "в'їзного" туризму відбулися суттєві якісні зміни, але ще залишається багато не вирішених проблем, у тому числі щодо подальшого удосконалення системи валютно-кредитних відносин у міжнародному туристичному бізнесі, який залежить від різноспрямованої дії як внутрішніх, так і зовнішніх чинників ринкової економіки. В'їзний туризм за роки державної незалежності України набув зрушень й тенденцій змін, зокрема у: обсязі в'їзного потоку, структурі національної приналежності іноземних відвідувачів України, цілей, що їх переслідували гості України [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток системи міжнародного туризму України протягом тривалого часу не був у повній мірі предметом спеціальних наукових досліджень. Зокрема, не знайшли достатнього висвітлення у вітчизняній економічній літературі науково-теоретичні розробки, присвячені передумовам формування, особливостям розвитку, ролі цього процесу у розширенні та інтенсифікації міжнародних економічних відносин нашої країни. Поштовхом для дослідження даної проблеми стало здійснення широкомасштабних реформ регіональних туристичних систем у країнах, де відбуваються ринкові перетворення, пошуки механізмів впровадження принципів і стандартів надання міжнародних туристичних послуг, новітніх господарських та інституціональних інструментів розвитку територій. Існує потреба наукового обґрунтування підвищення ефективності інституційних та правових засад формування систем в'їзного туризму в Україні, які відіграють провідну роль у мобілізації людських та інвестиційних ресурсів для розвитку сфери послуг у сучасних умовах господарювання.

Серед зарубіжних вчених, які зробили значний внесок у розвиток теорії та практики функціонування міжнародного туризму, слід відзначити дослідження таких науковців, як Р. Браймер, Дж. Боуен, С. Де Браун, П. Ебергардт, Ф. Котлер, Е. Мейкенз, В. Мідлтон, та ін.

Кількісні та якісні зміни, що відбуваються в процесі розвитку та вдосконалення міжнародного туризму потребують наукового осмислення та практичного вирішення засобами економічної політики. Фундаментальні проблеми міжнародного регулювання економіки, глобалізації економічних процесів, інтегрування України у світовий ринок туристичних послуг знайшли своє відображення у працях українських вчених-економістів: В.А. Вергуна, М.А. Дудченка, А.І. Кредісова, Д.Г. Лук'яненка, Ю.В. Макогона, Ю.М. Пахомова, А.С. Філіпенка, І.М. Школи, О.І. Шниркова та ін.

Формулювання цілей статті. Серед великої кількості проблем, які підлягають дослідженню в контексті туристичних послуг, варто відзначити становлення і розвиток ринку в'їзного туризму в Україні. Саме розвиток і становлення ринку в'їзного туризму в Україні є предметом цієї статті,

оскільки видається необхідним виявити і вивчити особливості інституційних та правових засад формування систем міжнародного туризму в Україні, які відіграють провідну роль у мобілізації людських та інвестиційних ресурсів для розвитку сфери послуг у сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. З економічного погляду туризм - це особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виокремлюється в самостійну галузь господарства. Незважаючи на об'єктивні передумови, туризм сьогодні в Україні не відіграє належної ролі в народногосподарській діяльності, хоча природний потенціал республіки є досить значним. Недостатньо розвинута туристична інфраструктура та реклама, низька якість сервісу, відсутність маркетингових стратегій зумовлюють низьку привабливість туризму. Порівняльні показники розвитку туризму в Україні та інших країнах Європи приведені у таблиці 1 [2].

Як свідчать дані таблиці 1. Україна на сьогодні займає чи не останнє місце серед європейських держав за кількістю готелів (інших аналогічних установ) у розрахунку на 100 тис. жителів; за кількістю місць у розрахунку на 1 тис. жителів та перебування іноземних туристів (діб\1 тис. жителів). Звідси й низький показник по заповнюванню та отриманню доходів від іноземного туризму. Однак показник середнього розміру готельних номерів в Україні найвищий, що може свідчити про той рівень сервісу, який пропонується міжнародному туристу.

За даними Держкомкордону України, нашу державу протягом 2008-2009 роках з метою туризму відвідало 6,4 млн. іноземців. Серед них переважали громадяни Російської Федерації, США, Німеччини, Польщі. Кількість громадян України, які побували за кордоном, становила 13,4 млн. осіб. Найбільшою популярністю серед громадян України у 2009 році користувалися Словаччина та Чеська Республіка, Туреччина, Угорщина та Болгарія (див. рис. 1) [2].

Таблиця 1.

Порівняльні показники розвитку туризму в Україні та країнах Європи

Показники	Країни						
	Україна	Іспанія	Греція	Великобританія	Німеччина	Швейцарія	Франція
Кількість готелів (інших аналогічних установ) у розрахунку на 100 тис. жителів	8,6	24	75	78	47	85	35
Середній розмір (місць)	142	108	74	23	39	44	72
Кількість місць у розрахунку на 1 тис. жителів	12,2	26,1	55,0	17,8	12,3	37,4	25,3
Середня заповнюваність (%)	22,0	57,5	58,4	44,3	40,5	38,5	53,5
Перебування іноземних туристів (діб/1 тис. жителів)	434	2899	3873	2383	442	4466	1583
Виручка від іноземного туризму (ЕКЮ у розрахунку на 1 жителя країни / рік)	88,9	599,7	319,8	318,9	174,9	1007,6	422,4

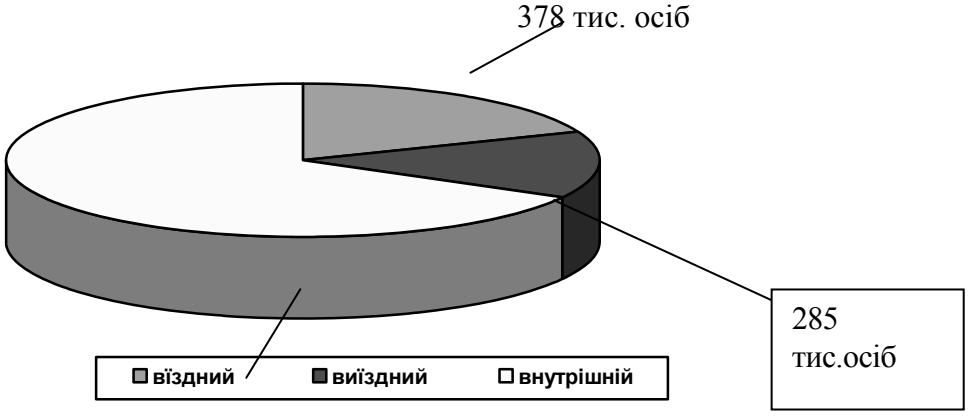

Рис. 1. Співвідношення між обсягами туристичних потоків в'їзного та внутрішнього туризму станом на 2009 рік (за даними Держкомтуризму України)

Для територіальної організації та планування туристського господарства важливе значення мають класифікації туризму, сутність яких полягає у виокремленні класів, форм і видів туризму за найрізноманітнішими напрямами (табл.2). Враховуючи, що, відповідно до прогнозів, обсяги міжнародного туризму в найближчі двадцять років потроятьсяся, члени Світової туристичної організації стверджують, що Глобальний етичний кодекс туризму необхідний для того, щоб допомогти максимально посилити вигоди від розвитку туризму для населення туристичних центрів і звести до мінімуму його негативний вплив на навколишнє середовище і культурну спадщину [4,с.117-124].

Аналіз правового забезпечення туристичної галузі в Україні свідчить про нагальну потребу щодо вдосконалення нормативно-правової бази з питань туризму. Саме підвищення ефективності нормативно-правового забезпечення туристської галузі сприятиме зміцненню у галузі економіки України, зростанню авторитету на світовому ринку туристичних послуг, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристської галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу.

Туристичний ринок є формою організації споживання специфічних благ, послуг та товарів, призначених для задоволення потреб людини, що тимчасово перебуває поза місцем постійного проживання з метою проведення дозвілля, не пов'язаного з комерційною діяльністю. Світові центри ділової активності, в тому числі й туристичного ринку, пов'язані інформаційно-фінансовими потоками, утворюють лінійно-сітьову форму туризму і є вузловим каркасом глобального ринку [9].

В туристичному процесі, параметри якого характеризують діяльність ринку туристичних послуг, спостерігається явище багатоступінчатого обміну, пов'язане з рівнем соціально-економічного розвитку територій і відповідним рівнем цін на турпродукт. Відповідно до теорії життєвого циклу туристський продукт проходить стадії впровадження на ринок, ріст, зрілість і занепад. Життєвий цикл продукту по різному оцінюється фахівцями. Але історія розвитку в'їзного туризму свідчить, що, як правило, життєвий цикл турпродукту має п'ять основних стадій: 1) початкову стадію; 2) стадію росту продажу; 3) стадію стабільної кількості продажу; 4) стадію зменшення кількості продажів; 5) стадію деградації продукту [11;12].

Таблиця 2

Розподіл туристів за категоріями та метою відвідування (тис. осіб)*

	Кількість туристів		У тому числі					
			іноземні туристи		громадяни України, що виїжджали за кордон		громадяни, охоплені внутрішнім туризмом	
	2008р.	2009р.	2008р.	2009р.	2008р.	2009р.	2008р.	2009р.
Всього туристів	2170	2014	337	378	631	285	1202	1351
діловий туризм, навчання	809	634	105	120	209	85	495	429
рекреаційний туризм	1058	1118	200	207	339	157	519	754
лікування	87	91	6	22	8	1	73	68
ІНШІ	216	171	26	29	75	42	115	100

** за даними Держкомтуризму України*

Висновки і перспективи подальших досліджень. Першим кроком до реалізації поставленої мети має бути, на наш погляд, створення відповідних структур в органах виконавчої влади, а саме організація відділу "глобального маркетингу", який буде займатися цілим рядом питань, серед яких:

- визначення концептуальної стратегії виходу на міжнародні ринки та її безпосередня реалізація;
- розробка рекламно-інформаційних матеріалів (буклети, проспекти, путівники, "візитна картка " країни, відеоролики, Інтернет-ресурси та ін.), що відображатимуть привабливість країни та формуватимуть її позитивний імідж;
- створення інформаційних центрів у представництвах України з метою інформування місцевого населення про туристсько-рекреаційний потенціал нашої країни;
- здійснення співробітництва із зарубіжними туристськими та транспортними підприємствами з метою надання інформації;
- представлення України на міжнародних туристських виставках та салонах, ін.;
- консолідація зусиль з професійними галузевими союзами та асоціаціями, з метою ефективного

представлення інтересів туристських підприємств на міжнародних ринках тощо.

Стан міжнародних туристських ринків дозволяє зробити висновки про те, що туризм в останні роки перетворився на глобальне явище. Причому як у соціальному вимірі - по кількості подорожуючих і країн, зацікавлених у цьому, так і по економічному впливу — стимулюванню великого кола виробництв і розподілу багатств. Отже, однією з провідних рушійних сил розвитку індустрії міжнародного туризму є консолідація різних сфер економіки навколо туристського сектора [6, с.800].

Узагальнюючи наукові дослідження багатьох розвинутих країн у сфері в'їзного туризму, прогностичними тенденціями розвитку у першій половині XXI століття будуть:

- індустріально розвинутим країнам прийдеться витримувати жорстку конкуренцію за доходи від туризму, що буде стимулювати підвищення якості наданих послуг;
- витрати на усі види подорожей, і в першу чергу витрати на транспорт, будуть збільшуватися швидше, ніж інші статті сімейного бюджету. Подорожі стануть більш частими, але менш тривалими, тому, що витрати на одну поїздку знизяться. У цілому ж витрати на подорожі зростуть за рахунок споживання більш якісного відпочинку;
- число поїздок буде збільшуватися за рахунок міжконтинентальних подорожей з Європи в Америку, Азію й Океанію;
- сезонні зміни ринкової кон'юнктури в найближчому майбутньому перестануть бути проблемою для індустрії туризму, тому, що вдалий маркетинг буде сприяти їхньому вигідному використанню, що буде стимулювати активне співробітництво між державними і приватними туристськими структурами;
- буде продовжувати рости попит на туризм, зв'язаний з відвідуванням культурних визначних пам'яток, а також з активним відпочинком;
- стан навколишнього середовища стане одним з домінуючих факторів у залученні туристів, особливо в сільських і прибережних районах;
- маркетингове сегментування міжнародного туристичного ринку стане більш чітко вираженим. Пропозиція буде підлаштовуватись під потреби кожної групи туристів.

Для успішного розвитку туристична політика України повинна враховувати не лише наявний рекреаційний потенціал, а й світові тенденції розвитку туризму, кон’юнктуру міжнародного туристичного ринку, його потреби та їх прогноз на майбутнє. В Україні політика розвитку туризму повинна бути соціально-орієнтованою, тобто характеризуватися залученням до цієї сфери соціальних організацій, користуватися фінансовою підтримкою, узгоджуватися із планами соціально-економічного розвитку. Важливою складовою державної туристичної політики є проведення ефективної рекламної діяльності для популяризації і країни в цілому, і її окремих міст, регіонів, різноманітних розважальних, ярмаркових, виставкових заходів [10, с.352].

Отже, розв’язання проблеми в’їзного туризму України є основним фактором конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг. Безумовний пріоритет у цьому відношенні – створення регіональних товариств сприяння, що функціонують на основі інформаційних банків даних перспектив розвитку туристичної галузі, які б надавали послуги суб’єктам господарювання щодо розробки інвестиційних проектів, залучення інвестицій, створення привабливого інвестиційного іміджу, проведення рекламної діяльності стосовно перспективних для інвестування відповідних об’єктів.

Література:

1. *Биркович В. І.* Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні / *В. І. Биркович* // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 4 (5). – С. 157-162.
2. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні 2007 р. [Електронний ресурс] / Державна служба туризму і курортів України. – Режим доступу : http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=1387
3. Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособ. [для студ., обуч. по спец. “Экономика и управление на предприятии (по отраслям)”] / [*Драчева Е. Л., Забаев Ю. В., Исмаев Д. К., Рябова И. А.] ; под ред. И.А. Рябова.* – [3-е изд., испр. и доп.]. – М. : Кнорус, 2007. – 565с.
4. *Зиновьев Ф. В.* Механизмы повышения конкурентоспособности в стратегии развития курортно-рекреационной сферы / *Ф. В. Зиновьев* // Методические аспекты формирования стратегии экономической деятельности / *Ф. В. Зиновьев, В. Е. Реутов, Е. И. Осадчий, А. С. Горда : [монография]*. – Симферополь : ТОВ “ДіАйПі”, 2007. – С. 117–124.
5. *Козлова Т.* Особенности отельного сервиса или звезда звезде рознь / *Татьяна Козлова* // Новости турбизнеса. – 2005. – № 19 (45), октябрь. – С. 19.
6. *Ламбен Ж.-Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок / *Ж.-Ж. Ламбен*. – СПб. : Питер, 2006. – 800 с.
7. Статистичний щорічник України за 2008 - 2009 рік /Державний комітет статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. –

К.: Видавництво "Консультант", 2009. – 567 с.
8. *Ткаченко Т. І.* Туристичний продукт як об'єкт виробничого підприємництва [Електронний ресурс] / *Т. І. Ткаченко* // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 67. – С.130–135. – Режим доступу до журн. http://tourlib.net/statti_tourism/tkachenko.htm
9. Україна. Закони. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" : [Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282/IV] [Електронний ресурс] / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15
10. *Цьохла С. Ю.* Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток регіональних ринків курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення) : [монографія] / *С. Ю. Цьохла*. – Сімферополь : Таврія, 2008. – 352 с.
11. *Nottonson Ira N.* Forming a Partnership : And Making It Work (Entrepreneur Legal Guides) / *Ira N. Nottonson*. – Newburgh, NY : Entrepreneur Media, 2007. – 290 p.
12. *Wallace R.* Strategic Partnerships: An Entrepreneur's Guide to Joint Ventures and Alliances / *Robert Wallace*. –Chicago: Deaborn Trade Publishing, 2004. – 207 p.

Резюме:

Лилия Башкова, Лилия Кондрацкая, Надежда Папуша. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

В статье рассматриваются существенные качественные изменения и нерешенные проблемы анализа системы въездного туризма в Украине, его структурные составляющие, инструменты и базовые составляющие, а также способы адаптации механизмов формирования туристических комплексов, основанных на опыте зарубежных стран.

Ключевые слова: въездной туризм, туристическая инфраструктура, туристические кластеры, курортно-рекреационная зона, международный туризм, туристический комплекс.

Summary:

Liliya Bashkova, Liliya Kondratska, Nadiya Papusha. CONCEPTUAL PRINCIPLES BECOMING NEWEST PARADIGM OF ENTRANCE TOURISM IN UKRAINE.

Executive summary: in the article substantial high-quality changes and unsolved problems of analysis of the system of entrance tourism are examined in Ukraine, him structural constituents, tool and base categories, and also methods of adaptation mechanisms of forming tourist complexes which lean against experience foreign countries on the modern stage.

Keywords: entrance tourism, tourist infrastructure, tourist clusters, international tourism, tourist complex.

Надійшла 23.10.2010р.

УДК 388.48

Галина ТРІЛЛЕНБЕРГ

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ ТУРИЗМОМ В ПЕРІОД СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

Розглянуто та проаналізовано розвиток міжнародного туризму під час фінансової кризи в Європі та інших континентах світу. Обґрунтовано стратегічні напрями розвитку туризму, зокрема з урахуванням нової парадигми економіки. Проведено аналіз способів управління міжнародних туризмом в період світової фінансової кризи.

Ключові слова: *міжнародний туризм, світова фінансова криза, національна економіка, туристичний сектор, готелі доходи, сегменти ринку, антикризова політика.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Увесь світ потерпає від фінансової кризи. Услід за кризою у сфері нерухомості та на автомобільному ринку дії економічного спаду піддався і туристичний сектор світової економіки. В 2007 році зростання у туристичному секторі на 6,6% перевершило очікування UNWTO: 903 млн. людей здійснили туристичні подорожі до різних країн світу. 2008 року цей показник за перші вісім місяців становив 3,7%. За прогнозами фахівців, коли ділова активність відновиться, одним із перших на це відреагує туристичний ринок. Тому UNWTO зберігає оптимізм у довгостроковій перспективі, як і раніше розраховуючи на 1,6 млрд. туристів у 2015 році.

Фінансова криза, торкнулася всіх галузей економіки. утім, вплив кризових явищ, якщо порівнювати різні сфери господарської діяльності й різні країни, неоднаковий.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, туристична індустрія у багатьох країнах світу залишається важливим інструментом розвитку економіки і суспільства, загалом. Серед фундаментальних досліджень міжнародного туристичного ринку Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич, В.Ф. Кифяк, М.П. Мальська, Л.Г. Нечипорук, Т.Ф. Панченко, Л.В. Сакун, Е.В. Слободенюк, В.К. Федорченко та інші.