

- К.: Видавництво "Консультант", 2009. – 567 с.
8. *Ткаченко Т. І.* Туристичний продукт як об'єкт виробничого підприємництва [Електронний ресурс] / *Т. І. Ткаченко* // Культура народів Причорномор'я. – 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 ТРИЛЛЕНБЕРГ

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 міжнародним 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.

Виклад основного матеріалу. Так, приміром, Іспанію з початку літа відвідало на 3 мільйони менше туристів, ніж торік. Їхня кількість склала 23,5 мільйони. Найбільше відмовляються нині від подорожей до сонячної Іспанії британці, німці та французи, іншим прикладом є Люксембург, де відповідно до даних туристичного офісу 60% власників готелів скаржаться на зменшення кількості відвідувачів. Особливо страждають невеликі готелі, що розташовані на периферії; в Єгипті вивчаються всі можливі наслідки світової фінансової кризи для туристичного сектору. Туризм для Єгипту – один із ключових секторів національної економіки. У 2007 році до держказни він приніс понад 9 млрд. дол., що складає 11,6% ВВП, і в туристичному бізнесі зайнято понад 12% економічно активного населення країни.

Єгипетські готелі та туристичні компанії продовжують знижувати ціни на свої послуги. Вони прагнуть залучити більше іноземних туристів, потік яких зменшився через економічну кризу та поширення "свинячого грипу".

За інформацією місцевої преси, в єгипетських курортах на Червоному морі, перш за все Шармель – Шейху і Хургаді, ціни на готельні номери впали на 15-20% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Доходи туристичного сектору продовжують знижуватися внаслідок поширення вірусу А/Н1N1 (на 8,5%), а також через фінансову кризу, яка примусила багатьох туристів переглянути свої плани на цей рік. Зниження цін на готельні номери пояснюється жорсткою боротьбою за клієнтів на єгипетському ринку.

В першій половині 2009 року потік іноземних туристів до Єгипту знизився на 8,7%, що призвело до зниження доходів туристичного сектору (майже на 10%).

Тоді як у 2008 році Єгипет відвідали близько 13 мільйонів іноземних туристів. Дохід від туристичної діяльності перевищив 10 мільярдів доларів [7].

Світова криза ударила і по туристичній галузі Німеччини: з січня по березень 2009 року реалізовано на 5 відсотків менше туристичних путівок, ніж в цей же період 2007 року. У всьому світі німці славляться своєю любов'ю до подорожей. Проте світова фінансова криза вже і тут внесла свої корективи. В порівнянні з показником 2007 року, в 2009 році німці придбали на 5 відсотків менше туристичних путівок. У своєму дослідженні експерти спиралися на дані, отримані від 1200 німецьких туристичних фірм. Якщо розглядати окремі сегменти ринку туристичних послуг, то спад стався перш за все через зниженого попиту на сімейні путівки. Німецькі громадяни стали обережнішими планувати бюджет і придбали в січні на 14 відсотків менше сімейних путівок. На противагу їм туристи-одинаки як і раніше готові вирушати в далекі краї, залишаючи гроші в турагентствах. Що ж до путівок на двох, то тут поки що наголошується лише легкий спад – на 2%. На дорогих туристичних путівках вартістю від 1500 євро попит залишився незмінним вони розходяться так само добре, як і в 2007 році. Зате в програші виявився сегмент туристичних пропозицій вартістю до 750 євро. Також постраждали від кризи короткострокові путівки строком від 7 до 10 днів. А ось стандартні двотижневі відпуски зберігають свою популярність у німців, так само як і поїздки під час шкільних канікул, що включають 20 ночівель в готелях. Туристи хочуть заздалегідь знати, в скільки їм обійдеться відпустка. Відповідно до числа проданих путівок, що зменшується, скорочується, відповідно, і число туристів в класичних "відпусках" країнах. Практично всі держави, за винятком Італії в 2009 році приготуватися до зменшення припливу німецьких туристів в середньому на 3%. І лише в Туреччині справи йдуть в гору. Сюди, по висновках експертів GfK в 2009 році приїхало на 13 відсотків більше туристів з Німеччини. При цьому провідний німецький туристичний концерн TUI повідомляє про виразну тенденцію на ринку до путівок "all inclusive". За словами Фолькера Бетхера (Volker Boettcher), голови правління концерну TUI, пояснюється подібний попит тим, що "саме під час фінансової кризи туристам дуже важливо заздалегідь знати, в яку конкретно суму їм обійдеться відпустка". Але туристична галузь звикла до постійних коливань на ринку і вже розраховує на новий наплив туристів після закінчення кризи [5].

До прикладу, в Італії – попри фінансову кризу, яка поставила на коліна світову економіку, туристична галузь тримає планку. Щоправда, не йдеться про повернення "золотих часів", коли туризм у цій країні вважався основним прибутком національного бюджету. Але на Апеннінах раді з того, що минулий літній сезон видався більш вдалим, ніж передбачали.

Один незаперечний факт: іноземних туристів поменшало. За умов кризової лихоманки ця тенденція поширилася на всі країни, однак в Італії вона позначилася слабо. Міжнародна організація з туризму на світовому рівні прогнозувала зменшення потоку туристів на 4-6%. В Італії цей показник сягнув неповних 3%. Такій ситуації можуть позаздрити європейські конкуренти, насамперед Франція

й Іспанія. Там присутність іноземців нинішнього літа була ще меншою. Найчастіше Апенніни відвідують німці, австрійці й бельгійці.

Була проведена ефективна антикризова політика. Сфера туристичних послуг змогла вдало перелаштуватися. Італійські готелі змінили цінову політику, зменшивши тарифи на 7%. По наповненості курортних місць показники не погіршилися порівняно з минулим роком. Одна з причин у тому, що багато італійців, на відміну від попередніх років, обрали місце для відпочинку в Італії, а не за кордоном. Туризм – одна з найприбутковіших галузей національної економіки, що становить 12 відсотків ВВП країни. Щороку на Апенніни приїздить близько 40 мільйонів туристів. За даними 2004 року, Італія була п'ятою найбільш відвідуваною країною світу.

Та для країни з найбільшим числом пам'яток культурної і природної спадщини ЮНЕСКО така позиція вкрай невідповідна для негативної реклами, якої додають, зокрема, прикрі випадки, що набувають міжнародного резонансу. Останній інцидент стався у липні, коли двоє японських туристів за вечерю в римському ресторані сплатили рахунок, що потягнув на 700 євро. Зазвичай добра вечеря на двох у гарному ресторані тут коштує в середньому 150 євро.

Приголомшені ціною японці не розгубилися і заявили в поліцію. Власники ресторану позбулися ліцензії на продовження своєї діяльності. Вони ще мають понести окреме покарання за завдання шкоди туристичному іміджеві Італії.

Тепер, звітуючи про підсумки сезону, що при міністерстві туризму створюється спеціальна наглядова комісія. Вона буде відстежувати подібні факти і дбати про захист туристів та їхніх прав. Також у компетенції відомства будуть суворі заходи покарання тих, хто спотворює туристичну привабливість Італії [6].

Загалом у часи економічної кризи туристична галузь не занепадає, а, навпаки, розвивається. У цьому переконують керівники Державної служби туризму і курортів. Кількість охочих поїхати на відпочинок порівняно з минулим роком майже не зменшилася. Інша річ, що їм доводиться економити. Люди все одно хочуть їздити, подорожувати. Однак, хочуть і зекономити, наприклад, на перельоті. Тому більше тепер цікавляться про різні автобусні тури.

Фінансово-економічна криза не позначилася на туристичній галузі, про кризу говорять лише ті туристичні підприємства, які займаються тільки виїзним туризмом. Так як значного розвитку набув внутрішній туризм.

Отже, можна зробити висновок, споживачі не відмовляються від поїздок, однак віддають перевагу мало бюджетним компаніям, подорожам на невеликі відстані й скорочують їхню тривалість.

Міжнародний туризм явище досить динамічне, що очікує туристичну індустрію через 5 років дізнаємося аналізуючи розроблені нижче прогнози.

За даними СОТ фінансовий оборот світової індустрії подорожей і туризму до 2015 року повинен збільшитися до \$ 9 трлн.[3]

Протягом найближчого десятиліття прогнозується помітний ріст туристичного сектора: щорічний попит на туристичні послуги в період з 2010 по 2015р. буде збільшуватися на 4,6% і в 2015р. внесок міжнародного туризму у світову економіку складе \$ 10.679 млрд. Виробництво туристичних послуг щорічно буде збільшуватися на 3,5%, число зайнятих у туристичному секторі – на 1,4%. Щорічний ріст туристичних прибутків складе 5,7%, ріст капітальних інвестицій – 4,8%, і до 2015р. їхня сума складе \$ 1673 млрд.

До 2015р. показник зайнятих у суміжних галузях з туризмом працівників виросте майже до 270 млн. робочих місць (8,9%). (рис. 1)

Першою країною за кількістю зайнятого населення залишатиметься Китай (78 594 тис. чол.), за ним йтиме Індія (26 078 тис. чол.) та США (19 261 тис. чол.). Очевидно, що через 10 років витрати мандрівників виростуть. Наприклад, витрати американських туристів як усередині країни, так і за її межами зростуть майже вдвічі. А по темпах приросту цього показника в першій десятці країн виявляться в основному Азійські держави, що розвиваються. Швидше всього витрати туристів будуть рости в Китаї. З європейських країн у десятку ввійдуть держави Східної Європи: Польща, чий середньорічний ріст витрат на туризм складе 8,2%, і Чеська Республіка – 7,6%.

У прогнозах Всесвітньої ради по туризму й подорожам відзначено, що індустрію подорожей у найближчому десятилітті "чекає планомірний ріст, оскільки ринок нарешті оправився від серії ударів, які гальмували його розвиток, терактів 11 вересня в США, війни в Іраку, епідемії пневмонії й пташиного грипу, цунамі в Азії.

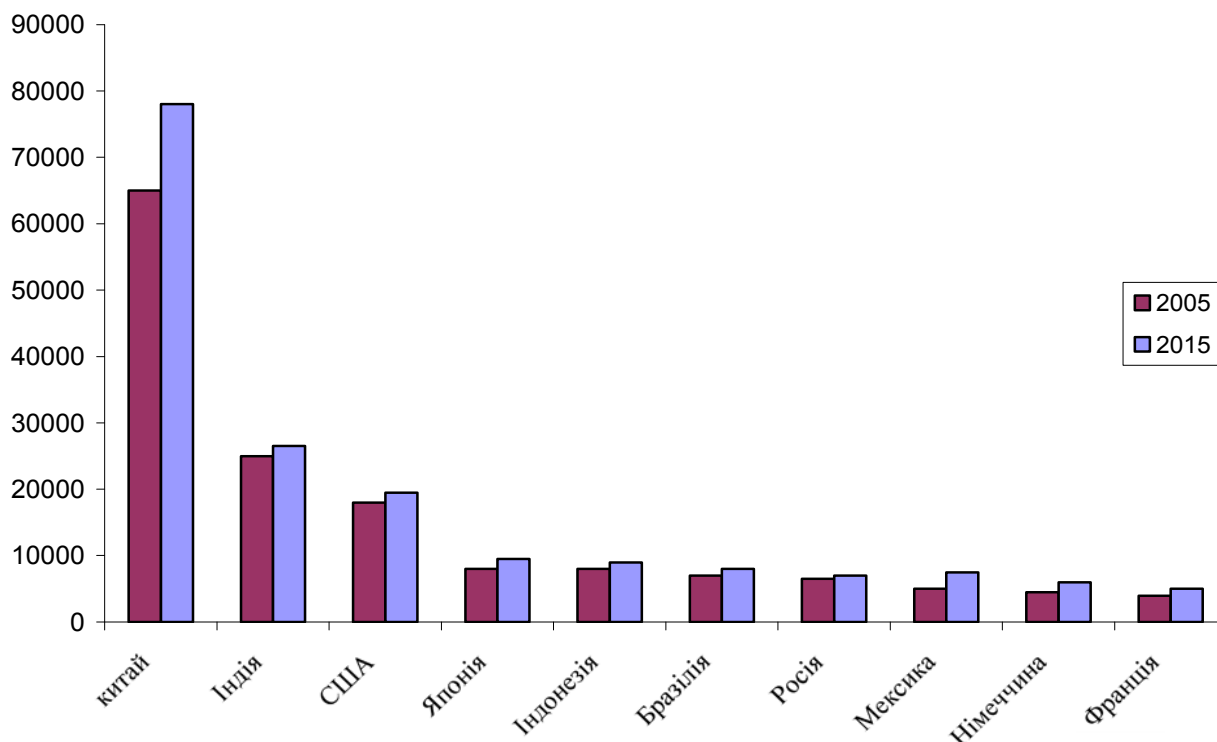


Рис.1. Кількість зайнятих в туристичному секторі з урахуванням суміжних галузей в 2015р. (тис. чол.)

Таблиця 1.

Країни з найбільшими витратами туристів 2015 р. (\$, млн.)

КРАЇНИ	2015 р.
США	1 633 790
Японія	382 866
Німеччина	306 492
Великобританія	252 213
Франція	214 648
Італія	195 460
Іспанія	159 869
Китай	131 933
Канада	108 527
Мексика	96 515

Бачення туризму Світовою туристичною організацією: прогноз розвитку міжнародного туризму за регіонами світу.

Таблиця 2.

Прогноз розвитку міжнародного туризму за регіонами світу

Світ і регіон	Основний рік 1995	Прогнози		Середньорічні темпи зростання (%) 1995-2020	Ринкова частка	
		2010	2020		1995	2020
Світ	565,4	1006,4	1561,1	4,1	100	100
Африка	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Америка (Пн. і Пд.)	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Сх. Азія та Океанія	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Європа	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9
Середній Схід	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Пд. Азія	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2

Джерело: World Tourism Organization (WTO)

Згідно даних СОТ до 2020р. спостерігатиметься збільшення ринкової частки у всіх регіонах світу крім Європи та Америки (тут прогнозується скорочення). Середні темпи зростання будуть

найвищими на Середньому Сході та Східній Азії та Океанії (відповідно 7,1% і 6,5%), а найнижчі темпи спостерігатимуться в Північній та Південній Америці (3,9%) [2]

Узагальнюючи діяльність багатьох розвинутих країн у сфері туризму, Комісія ЄС опублікувала основні тенденції розвитку туризму на період 1999-2010 роки. Зокрема, тут відзначається, що:

- У Європі потрібно буде витримувати жорстку конкуренцію за прибутки від туризму, що, в свою чергу, буде вимагати від європейської індустрії туризму підвищення якості наданих послуг.
- Витрати на усі види подорожей і, у першу чергу, витрати на транспорт, будуть збільшуватися швидше, а 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.
- Використання повітряного транспорту буде розширюватися швидше завдяки збільшенню числа зручних прямих рейсів.
- В міру все більш активного впровадження комп'ютерних систем бронювання будуть зменшуватися терміни бронювання.
- Найбільш активними туристами будуть дві вікові групи: люди літнього віку і молодь.
- Продовжуватиме зростати попит на туризм, пов'язаний із відвідуванням визначних пам'яток культури, а також з активним відпочинком.
- Стан навколишнього середовища стане одним із домінуючих чинників у притягненні туристів, особливо в сільських і приморських районах.
- Географія ж міжнародного туризму буде визначатися пріоритетним для туристів чинниками привабливості чи тих чи інших регіонів/країн (табл. 3; рис. 2).

Таблиця 3

Чинники привабливості для туристів окремих регіонів світу.

Найбільш популярні країни регіону.	Фактори росту привабливості
Південноамериканський регіон (Бразилія тощо)	1. Широкий розвиток екологічних турів по Амазонії 2. Екзотична природа 3. Сучасна архітектура і дизайн столиць країн
Європейський регіон (Франція, Англія, Німеччина, Фінляндія, Швеція)	1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток. 2. Спрощений візовий режим (можливість широкого спектра комплексних турів). 3. Високий рівень сервісу.
Середземноморський регіон (Кіпр, Ізраїль тощо)	1. Вигідна система оподаткування. 2. Сучасна банківська мережа. 3. Добре налагоджена структура телекомунікацій 4. Спрощена процедура створення офшорних компаній (10 днів) 5. Забезпечувана державою повна конфіденційність у всіх питаннях, що стосуються засновників компаній і банківських рахунків. 6. Ріст паломницького туризму. 7. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 8. Тур по чотирьох морях. 9. Наявність молодіжних таборів. 10. Ріст ділових зв'язків. 11. Розвинута інфраструктура туризму. 12. Високий рівень обслуговування. 13. Комфортний клімат. 14. Велика тривалість туристського сезону. 15. Сполучення відпочинку на морі з оглядом визначних пам'яток.
Азіатський регіон (Об'єднані Арабські Емірати тощо)	1. Низькі ціни на електроніку і побутову техніку гарної якості. 2. Високий рівень сервісу. 3. Мінімальні податки. Практика системи "TAX FREE". 4. Спрощена система візового режиму. 5. Екзотична природа і культура. 6. Політична стабільність. 7. Зручний транзитний шлях для туристів, що летять в Австралію й Океанію. 8. Головний напрямок "пляжного" відпочинку узимку.

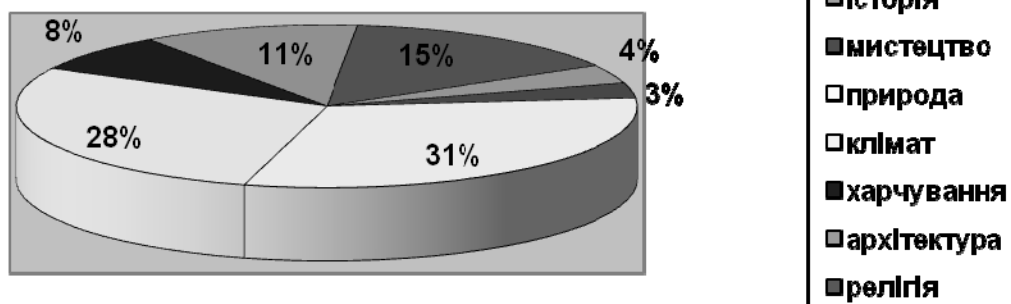


Рис. 2: Основним джерелом задоволення туристичних потреб залишатимуться чинники рекреаційно-туристичних ресурсів.

- За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму продовжуватиметься і далі, одним з найпопулярніших регіонів перебування, мабуть, стане Південна і Південно-Східна Азія.
- Відбуватиметься тяжіння до незайманої природи, що асоціюється з поняттям краси, і в зв'язку з цим розвиватиметься насамперед екологічний туризм.
- Розвитком нетрадиційних (екстремальних) видів туризму, поширення індивідуальних туристських подорожей, розвитком елітарного туризму (мисливського, наукового, конгресного).

Висновки. Щорічний попит на туристичні послуги в період з 2010- 2015р. буде збільшуватися на 4,6% і в 2015 р. внесок міжнародного туризму у світову економіку складе \$ 10 679 млрд. Виробництво туристичних послуг щорічно буде збільшуватися на 3,5%, число зайнятих у туристичному секторі на 1,4%. Щорічний ріст туристичних прибуттів складе 5,7%, ріст капітальних інвестицій – 4,8%, і до 2015р. їхня сума складе \$ 1673 млрд.

Основними тенденціями розвитку туризму будуть: підвищення якості туристичного продукту, збільшення темпів зростання країн Середнього Сходу та Східної Азії, збільшення витрат туристів на подорожі, розвитком нетрадиційних видів туризму.

Література:

1. Школа І.М., Козменко В.М., Бабінська О.В. Міжнародні економічні відносини: Підручник / За ред. І.М. Школи. - Київ: КНТЕУ, 2003. – 589с.
2. 2006 год оказался необычайно успешным для мирового туризма // Новости турбизнеса. – 2007. – № 3-4. – С.23
3. <http://rating.rbc.ru>
1. <http://www.tourbus.ru/>
2. <http://geosite.com.ua/news/2009-03-14-428>
3. <http://www.radiosvoboda.org/content/article/1839329.html>
4. <http://tsn.ua/svit/yegipetski-goteli-znizhayut-tsini-cherez-krizu-ta-grip.html>

Резюме:

Галина Триллинберг. УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ ТУРИЗМОМ В ПЕРИОД МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ.

Рассмотрено и проанализировано развитие международного туризма во время финансового кризиса в Европе и других континентах мира. Обоснованно стратегические направления развития туризма, в частности с учетом новой парадигмы экономики. Проведен анализ способов управления международным туризмом в период мирового финансового кризиса.

Ключевые слова: международный туризм, мировой финансовый кризис, национальная экономика, туристический сектор, гостиницы, доходы, сегменты рынка, антикризисная политика.

Summary:

Galina Trillinberg. MANAGEMENT INTERNATIONAL TOURISM IN THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS: STATUS AND PROSPECTS.

Development of international tourism is considered and analysed during a financial crisis in Europe and other continents of the world. Grounded strategic directions of development of tourism, in particular taking into account the new paradigm of economy. The analysis methods of international tourism in the global financial crisis.

Keywords: international tourism, world financial crisis, national economy, tourist sector, hotels, profits, market segments, crisis policy.

Надійшла 23.10.2010р.