

МОНІТОРИНГ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

MODERN TRENDS IN DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN GLOBALIZATION CONDITIONS IN UKRAINE

Полторацька О.Т.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки повітряного транспорту,
Національний авіаційний університет

Крюкова В.В.
магістрант,
Національний авіаційний університет

У статті розглядаються й аналізуються сучасні тенденції міжнародного туризму у світі та в Україні, перспективи розвитку туризму. Актуальність цієї теми полягає у підвищеному інтересі з боку потенційних споживачів туристичних послуг, суб'єктів туристичної діяльності, вчених у сфері економіки, а також державних органів різних країн у сфері регулювання та розвитку туризму. Досліджено складники міжнародного туризму. Систематизовано топ-10 країн, до яких виїжджали громадяни України у 2018 р., за даними Адміністрації Державної прикордонної служби; топ-10 країн, до яких найчастіше подорожували туристи з України у 2018 р. Проаналізовано сальдо туристського балансу України за 2010–2017 рр. та сформульовано висновки щодо тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні.

Ключові слова: тенденція, міжнародний туризм, глобалізація, розвиток, нове покоління.

В статье рассматриваются и анализируются современные тенденции международного туризма в мире и в Украине, перспективы развития туризма. Актуальность темы заключается в повышенном интересе со стороны потенциальных потребителей туристических услуг, субъектов туристической деятельности, ученых в сфере экономики, а также государственных органов различных стран в сфере регулирования и развития туризма. Исследованы составляющие международного туризма. Систематизированы топ-10 стран, в которые выезжали граждане Украины в 2018 г., по данным Администрации Государственной пограничной службы, топ-10 стран, в которых чаще всего путешествовали туристы из Украины в 2018 г. Проанализировано сальдо туристского баланса Украины за 2010–2017 гг. и сделаны выводы о тенденциях развития международного туризма в Украине.

Ключевые слова: тенденция, международный туризм, глобализация, развитие, новое поколение.

The article examines and analyzes the current trends in international tourism in the world. Prospects for the development of tourism. The relevance of this topic is the increased interest from potential consumers of tourist services, subjects of tourist activities, scientists in the field of economics, as well as government bodies of different countries in the field of tourism regulation and development. Issues of tourism development are becoming more and more relevant in modern society. Scientists define the current state of tourism development in Ukraine as unstable, unstable, unsteady. Most scholars point out that in the structure of tourist flows by types of international tourism the advantage remains on the side of outbound tourism, the process of using tourism resources is characterized as insufficiently controlled. The tourist industry is an important component of the socio-economic development of the state. The positive impact of tourism on economic activity is constantly increasing. In particular, the development of tourism in Ukraine and the world significantly affects such sectors of the economy as transport, trade, communications, construction, agriculture, and the production of consumer goods, and is one of the most promising directions of structural adjustment of an economy that supports national traditions, stimulates development of folk crafts. But, unfortunately, on the background of world tourism, which is gaining power at a fantastically fast pace, Ukraine looks rather modest. For the Ukrainian economy, the concept of managing the development of a recreational and tourist complex in the international arena is particularly relevant due to active changes in the country's economic system. Exiting the crisis and increasing the credibility of the tourism industry involves the search for new innovative approaches to the formation and awareness of the social responsibility of all participants in the process of ordering, creating and consuming tourist products.

Key words: trend, international tourism, globalization, development, new generation

Постановка проблеми. Питання розвитку туризму стають все більш актуальними в сучасному суспільстві. Теперішній стан розвитку туризму в Україні науковці визначають як нестабільний, нестійкий, несталий. Більшість науковців наголошують, що у структурі туристичних потоків за типами міжнародного туризму перевага залишається на боці виїзного туризму, процес використання туристичних ресурсів характеризується як не досить контрольований. Водночас саме рівень розвитку внутрішнього та в'їзного туризму світовою спільнотою визнаний одним з індикаторів якості життя та соціально-економічного розвитку країн, а ступінь раціонального використання ресурсного туристичного потенціалу – передумовою сталості туризму.

Туристична галузь є важливим складником соціально-економічного розвитку держави. Позитивний вплив туризму на економічну діяльність постійно зростає. Зокрема, розвиток туризму в Україні та світі істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, та є одним із найперспективніших напрямів структурної перебудови економіки, що підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів. Але, на жаль, на фоні світового туризму, який набирає потужностей фантастично швидкими темпами, Україна виглядає досить скромно. Для економіки України концепції управління розвитком рекреаційно-туристичного комплексу на міжнародній арені є особливо актуальними з причини активних змін в економічній системі країни. Вихід із кризи та підвищення авторитету туристичної індустрії передбачає пошук нових інноваційних підходів до формування та усвідомлення соціальної відповідальності всіх учасників процесу замовлення, створення та споживання туристичних продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зарубіжній науковій літературі питання розвитку міжнародного туризму в Україні розглядали такі дослідники, як О.О. Бейдик, М.Б. Биржаков, М.А. Жукова, М.І. Кабушкін, В.А. Квартальнов, В.Ф. Кифяк, О.О. Любіцева, М.П. Мальська, Т.Г. Сокол, В.В. Худо, В.І. Цибух та інші. Слід також зауважити, що над створенням єдиного міжнародного термінологічного стандарту щодо визначення цієї категорії щорічно працюють різноманітні організації: Ліга Націй, Організація Об'єднаних Націй, Всесвітня туристична організація, Організація економічного співробітництва та розвитку тощо.

Мета, завдання та методика досліджень. Метою статті є дослідження міжнародного туризму в умовах глобалізації та розвитку туризму у світі.

Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання: узагальнення наявних теоретичних положень міжнародного туризму та його ролі у глобальній економіці; проведення

діагностики наявного ресурсного туристичного потенціалу, встановлення основних проблем та прогалин у поточній стратегії міжнародного туризму в Україні.

Теоретико-методологічною основою є індуктивний та дедуктивний методи дослідження для систематизації ключових понять міжнародного туризму; абстрактно-логічний використовується для теоретичного узагальнення й обґрунтування переваг та недоліків розвитку туризму у світі, формування висновків та рекомендацій; графічний метод застосовується для наочного представлення отриманих результатів дослідження тощо.

Результати досліджень. Ринок туристичних послуг утворився внаслідок виникнення потреб населення на змістовне проведення дозвілля. У всьому світі він є ознакою соціально-економічного рівня розвитку країни та окремих регіонів. Чим розвиненішою і стабільнішою є економіка країни, тим більш сталі позиції займає національний ринок туристичних послуг. Для багатьох країн міжнародний туризм є найприбутковішою галуззю економіки, а доходи від нього – важливим складником національних бюджетів.

Міжнародний туризм – це подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування. Міжнародний туризм – цілеспрямована діяльність, пов'язана з наданням послуг іноземним туристам на території держави, яка їх приймає (в'їзний туризм), і громадянам країни постійного проживання, котрі мандрують за її межами (виїзний туризм).

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) за 2017 рік, туризм забезпечує 10% світового ВВП (прямі і непрямі надходження); кожне 1/10 робоче місце; 7% світового експорту. Спостерігається зростання кількості міжнародних туристів.

Для участі туристичного підприємства на ринку міжнародного туризму у ролі повноцінного конкурентоздатного учасника важливим є його ресурсний потенціал, який визначається як сукупність обмежених наявних ресурсів та компетенцій із досягнення глобальних і стратегічних цілей у майбутньому з урахуванням відповідних умов зовнішнього середовища.

На сучасному етапі, зважаючи на посилення конкурентного тиску на туристичному ринку як серед вітчизняних виробників, так і з боку іноземних компаній, постає завдання ретельного дослідження ринку туристичних послуг та його складників. Воно має важливе значення для отримання об'єктивної інформації про ринкові процеси, що відбуваються у сфері туристичних послуг, та розроблення заходів державної політики щодо розвитку цього ринку шляхом поєднання державного регулювання та ринко-

вої саморегуляції. Чинниками, що впливають на формування туристичного ринку, виступають рекреаційно-туристичні ресурси, наявність стійкого туристичного попиту, а також урахування сучасних трендів, що впливають на світовий туристичний ринок, серед яких найважливішими вважаємо: зміни в сезонній структурі туристичного попиту і пропозиції; появу нових видів туризму; підвищення вимог як до якісного сервісу, так і комфортного відпочинку, так і до насиченості програми; скорочення термінів поїздки, але збільшення їх частоти впродовж року; використання соціальних мереж і мобільних технологій у туристичній індустрії; поява перспективного сегменту «здорових і заможних» туристів; турбота про стан і охорону природного та культурного довкілля, а також про інтереси місцевого населення; зростання значення активних форм відпочинку; зростання значення додаткових послуг; занурення в автентичну культуру місцевого населення; зростання попиту на кваліфікований туристичний персонал; еластична діяльність туристичних фірм, які мусять брати до уваги факт спонтанності рішень споживачів.

Показники динаміки ринку туристичних послуг України вказують на його зростання, позитивні зрушення у напрямі європейського туристичного простору, активізацію міжнародної туристичної діяльності та появу на сегменті ринку міжнародного туризму потужних гравців, які здатні монополізувати ринок та диктувати свої правила гри.

Спостерігається зростання кількості міжнародних туристів:

- 1950 рік – 25 млн осіб;
- 2015 рік – 1186 млн осіб;
- 2017 рік 1323 млн осіб;
- 2030 рік – 1,8 млрд осіб (прогноз) [79].

За 2017 рік приріст міжнародних туристичних прибуттів зріс на 6,8% (рис. 1).

Найбільший приріст спостерігався в Африці та Європі (рис. 2). Внутрішній туризм забезпечує туристичний потік величиною 5–6 млрд осіб у рік (за даними 2017 року). Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків. Отже, сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки.

Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю понад 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

За даними Адміністрації Державної прикордонної служби, географія подорожей українців децю відрізняється. Запровадження безвізу з країнами ЄС вплинуло на збільшення у 2018 році потоку українців до країн Європейського Союзу, зокрема, до Німеччини (на 24,7%), Румунії (на 21,9%) та Угорщини (на 7,8%).

Крім того, зростання потоку подорожуючих українських туристів спостерігається до Єгипту (на 75,5%) та Туреччини (на 27,3%).

Водночас зазнали незначного скорочення чисельність українських туристів, що відвідували Словаччину (на 3,5%) та Польщу (на 1,2%).

На рис. 4 зображено сальдо туристського балансу України за період 2000–2017 рр., з якого видно, що у 2000–2003 рр. та з 2014 року потоки виїзного туризму переважають над потоками в'їзного туризму. Причиною від'ємного туристського балансу на сучасному етапі є несприят-

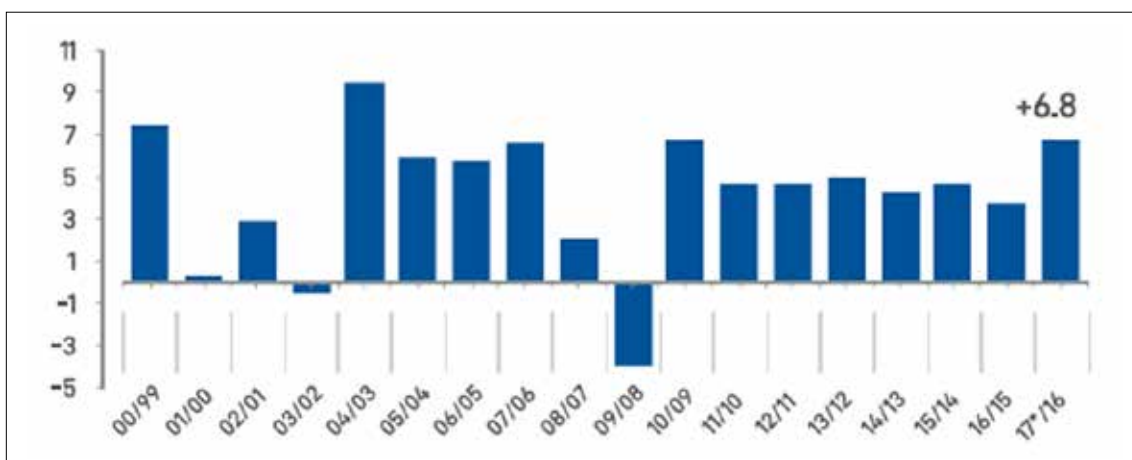


Рис. 1. Зміни міжнародних туристичних прибуттів за роками за даними Світової організації туризму, %

Джерело: [5]

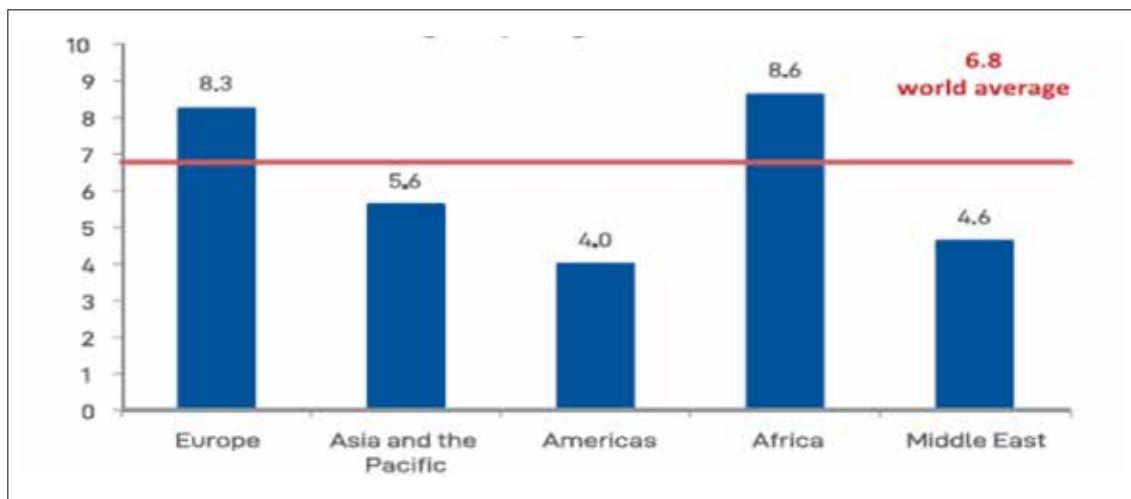


Рис. 2. Зміни міжнародних туристичних прибуттів по регіонах у 2018 році за даними Світової організації туризму, у %

Джерело: [5]

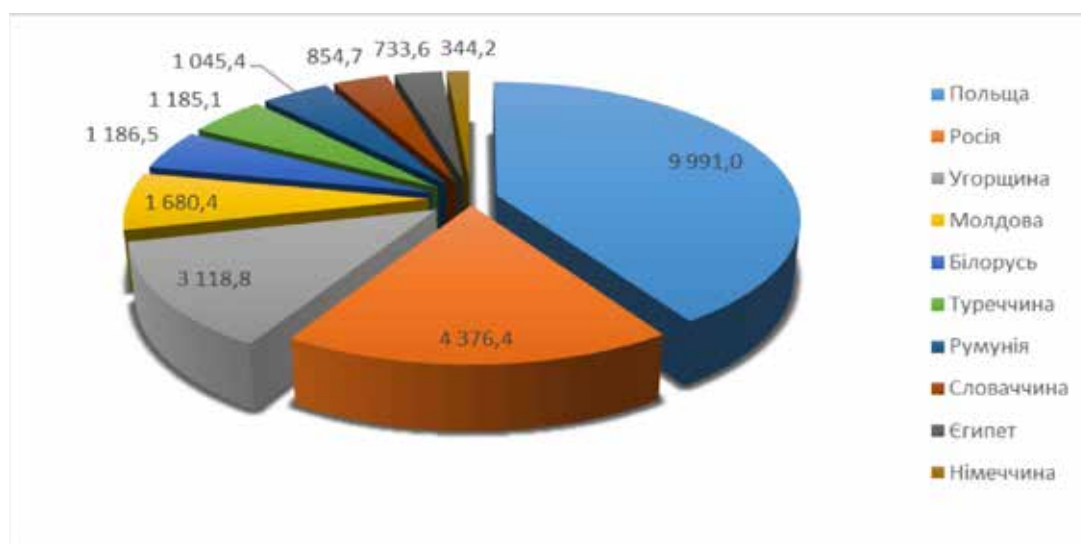


Рис. 3. ТОП 10 країн, до яких виїжджали громадяни України у 2018 році за даними Адміністрації Державної прикордонної служби, тис. осіб

Джерело: за власними дослідженнями

лива геополітична ситуація в країні, що суттєво погіршила туристичний імідж держави.

Урядом України прийнято Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р [6]. Розробники Стратегії констатували, що «незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна натепер не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами». Для раціонального й ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави загалом, сприяє підвищенню

Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави загалом, сприяє підвищенню



Рис. 4. Сальдо туристського балансу України 2010–2017 рр. (включно з одноденними відвідувачами за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

Джерело: за власними дослідженнями

якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі. Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування й охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності.

Для оцінки стану розвитку сфери туризму та курортів в Україні та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, викорис-

товуються контрольні показники розвитку. Так, кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, повинна зрости до 2026 року у 2,5 раза, порівняно з 2015 роком кількість суб'єктів туристичної діяльності – у 5 разів, а обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності – у 10 разів.

Крім того, зазначено, що очікуваними результатами реалізації Стратегії є те, що вона дасть змогу:

- підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;

- підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

- створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;

- створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

Ще одним аспектом важливості розвитку туристичної сфери є те, що в багатьох країнах туризм є джерелом значних надходжень до державного бюджету. В Україні цей потенціал не є повністю реалізований. Зростання темпів розвитку й ефективності роботи підприємств туристичної сфери, надання цій сфері пріоритетності сприятиме вирішенню низки проблем економіки України. Щодо методів вирішення основних проблем, то головними серед них можна визначити такі:

- сприяння зовнішньому попиту на туристичні послуги України через інвестування у

матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури;

– створення найбільш оптимальної системи використання природно-туристичних ресурсів країни;

– сприяння покращенню соціально-економічної ситуації з боку держави для створення комфортних умов для внутрішніх та зовнішніх інвесторів;

– здійснення діючого контролю за стандартизацією та сертифікацією готельних послуг;

– посилення державної підтримки інвестиційної діяльності;

– активне здійснення популяризації туристичних послуг України;

– сприяння підготовці фахівців у сфері міжнародного туризму.

Це найважливіші кроки, які забезпечать ефективне використання туристичного потенціалу України, і всі вони важливі. Але саме на останній із названих позицій хочемо заострити увагу, оскільки надання туристичних послуг безпосередньо пов'язане із спілкуванням персоналу суб'єктів туристичної діяльності з туристами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, головним завдан-

ням найближчих десятиліть має стати підтримка безпечного і сприятливого середовища для подорожування майбутніх поколінь. Чинниками, що впливають на формування туристичного ринку, є рекреаційно-туристичні ресурси, наявність стійкого туристичного попиту, а також врахування сучасних трендів, що впливають на світовий туристичний ринок, серед яких найважливішими вважаємо такі: зміни в сезонній структурі туристичного попиту і пропозиції; поява нових видів туризму; підвищення вимог як до якісного сервісу, так і до комфортного відпочинку і насиченості програми; скорочення термінів поїздки, але збільшення їх частоти впродовж року; використання соціальних мереж і мобільних технологій у туристичній індустрії; поява перспективного сегменту «здорових і заможних» туристів; турбота про стан і охорону природного та культурного довілля, а також про інтереси місцевого населення; зростання значення активних форм відпочинку; зростання значення додаткових послуг; занурення в автентичну культуру місцевого населення; зростання попиту на кваліфікований туристичний персонал; еластична діяльність туристичних фірм, які мусять брати до уваги факт спонтанності рішень споживачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: [сайт]. URL: <http://mirznanii.com/a/142115/organizatsiya-turistskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 28.03.2018).
2. Маклашина Л.Р. Деловой туризм – инструмент продвижения индустрии туризма // Актуальные вопросы экономических наук: материалы Междунар. науч. конф. Уфа: Лето, 2011. С. 122–125.
3. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму : [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів] / Г.Б. Мунін. Київ: Європейський ун-т., 2005. 427 с.
4. Уткин А.А. Развитие мирового рынка туристических услуг: новые тенденции // Российский внешнеэкономический вестник, 2016. № 2. С. 106.
5. Neil Leiper. Tourism Management. Pearson Education Australia, 2004. 455 p.
6. Strategic Tourism Marketing Workbook. Tourism Destination Management and Marketing Program, Washington, DC: The George Washington University, 2011. 128 p.
7. UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2017. URL: <http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>.