

складовою розвитку суспільства. Інформація застосовується в широких сферах людської діяльності, носить масовий характер. Інформаційні ресурси, дозволяють своєчасно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, сприяють скороченню ризиків та прийняття оптимальних управлінських рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карминский А.М., Нестеров П.В. Информатизация бизнеса. — М.: ФиС, 1997
 2. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution. — New York, NY: HarperBusiness, 2003. — 223 с.
 3. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. — СПб., 2004. — 332 с.

4. Davenport T.H., Short J.E. The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign // Sloan Management Review, 2008, (Summer), С. 11—27.

5. Porter M. E., Millar V. E. How Information Gives You Competitive Advantage // Harvard Business Review, 2005, 85, (July–August), С. 149—160.

6. Ойхман Е.Г., Понов Э.М. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 333 с.

7. TeleManagement Forum. Telecom Operations Map. Evaluation Version 2.1. — Morristown, NJ: TMForum, 2000. — 82 с.

8. Бур С. Мозг фирмы. — М.: Радио и связь, 1993. — 416 с.

Надійшла до редколегії 10.02.09р.

УДК 338.48

М.Г. Бойко, доц.

СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ В ТУРИЗМІ: ПЕРЕДУМОВИ ДОСЯГНЕННЯ СТРУКТУРНОГО ПАРИТЕТУ

Обґрунтовано доцільність досліджень структурних зрушень у структурі формування туристичного попиту. Визначені причини дисбалансу між виїзним, в'їзним та внутрішнім видами туризму. Узагальнено тенденції розвитку туризму з позиції структурних змін. Визначено передумови нівелювання структурних зрушень у структурі формування туристичного попиту.

Ключові слова: структурні зміни, дисбаланс, туризм, види туризму, попит, пропозиція.

Grounded expedience of researches of structural changes in the structure of forming of tourist demand. Reasons of disbalance are certain between the departure, entrance and internal types of tourism. Progress of tourism trends are generalized from position of structural changes. Certainly pre-conditions of leveling of structural changes in the structure of forming of tourist demand.

Key words: structural changes, disbalance, tourism, types of tourism, demand, suggestion.

Вступ. На сучасному етапі розвитку актуальними є дослідження структурних змін в національній економіці. Увага до цієї проблеми пов'язана з тим, що економічні перетворення в країні здійснюються по моделі переважного використання фінансових інструментів як основи забезпечення економічної стабілізації. Власне завдання економічного зростання на основі змін в структурі галузей економіки не ставилося. Досліджуючи концептуальні засади трансформаційних перетворень в Україні та порівнюючи їх із соціально-економічними процесами, що відбуваються в різних країнах, вітчизняні науковці виділили такі загальні риси [2]:

відбувається зниження ролі індустріального виробництва, що обумовлює галузеві диспропорції у структурі економіки, впливає на обсяг валового внутрішнього продукту, рівень життя населення, визначає можливість виходу на зовнішні ринки і, відповідно структуру платіжного балансу та конкурентоспроможність країни;

активізується розвиток секторів, що створюють послуги й інформацію;

з'являються нові типи ресурсів, що залучаються до виробництва;

спостерігається істотна модернізація соціальної структури суспільства, що спричиняє зміну ідеології суспільного розвитку суб'єктів господарської діяльності;

відбувається "моральне старіння" існуючих концептуальних засад ведення господарської діяльності; на верхні рівні ієрархії виводяться матеріально-практичні та утилітарно-прагматичні цінності, що ускладнює використання класичних управлінських механізмів та обумовлює їх оновлення.

Суперечливі процеси соціально-економічних змін, що відбуваються в Україні, відображуються і на тенденціях розвитку туризму, який є значущою соціально-економічною складовою національної економіки.

Розвиток туризму в Україні останніми роками характеризується досить суперечливими тенденціями. Так, стрімке збільшення обсягів туристського обороту та зростання зацікавленості національним туристичним продуктом з боку іноземних туристів супроводжується дисбалансом між в'їзним і виїзним потоками на користь останнього. Збільшення надходжень від туризму до бюджетів різних рівнів — одночасним екстенсивним характером розвитку суб'єктів туристичного бізнесу. Опрацьовуючи статистичні джерела щодо кількісних тенденцій розвитку туризму з'ясовано, що протягом 2007 р. Україну з туристичною ціллю відвідало 23,1 млн іноземних громадян, що у 3,6 раза більше, ніж у 2000 р., а кількість громадян України, які виїжджали за кордон, становила 17,3 млн (на 29 % більше) [1]. Проте позитивний вплив туризму на стан економіки України та окремих її регіонів є

недостатнім, незважаючи на те, що не потребує доведення той факт, що ця сфера економічної діяльності спроможна відіграти генеруючу та інтегруючу роль щодо позитивної динаміки кількісних і якісних економічних показників розвитку галузей інших сфер економіки.

Україна має значні об'єктивні передумови входження до найбільш розвинутих туристських країн світу. Маючи вигідне геополітичне розташування, вона володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною тощо. Попри це Україна поки що значно поступається у конкурентній боротьбі на міжнародному туристичному ринку. Туристичний та курортний потенціал держави використовується частково, інфраструктура туристичної індустрії і курортів розвивається в більшій мірі стихійно.

В сучасних економічних умовах, позитивні тенденції розвитку туризму в Україні можуть погіршитися, оскільки підприємницьке середовище туристичних підприємств змінюється та ускладнюється. Нівелювання негативного впливу зовнішнього оточення на ефективність господарської діяльності суб'єктів туристичного бізнесу обумовлює переосмислення класичних управлінських механізмів з метою їх відповідності сучасним реаліям та стратегічним цілям підприємств. У зв'язку з цим зростає потреба теоретичного осмислення значення структурного фактора у забезпеченні нової якості економічного зростання та вдосконаленні управління структурними зрушеннями при формуванні туристичних потоків. Йдеться про досягнення *структурного паритету між виїзним, в'їзним та внутрішнім видами туризму*.

Питання, пов'язані з проблемою структурних змін в економіці завжди представляли наукових інтерес, як для вітчизняних, так і для зарубіжних економістів. Певний етап у вивченні даної проблеми пов'язаний з працями таких науковців як Е. Домар, Р. Солю, Р. Харрод, які істотно розвинули теорію економічного зростання. Суттєвий внесок у дослідження структури економіки в контексті розроблення двох- і багатосекторних моделей економічного зростання належить працям У. Люїса та Р. Стоуна. Проблеми міжгалузевих структурних зрушень досліджували вітчизняні науковці К.В. Панченко, В.Є. Коломойцев, Л.А. Кривцун, Л.Ф. Новікова, М.В. Скиба, Д.М. Черваньов, Л. М. Шабліста. Вагомий внесок у дослідження структурної динаміки туристичних потоків внесли такі вчені як Т.І. Ткаченко, І.М. Школа, Л.М. Шульгіна, В.І. Чужиков та ін. Водночас, недостатній рівень досліджень з проблем управління структурними зрушеннями у формуванні туристичних потоків зумовили *актуальність даної наукової статті*.

Постановка завдання. Дослідження особливостей формування попиту на туристичні послуги є неоднозначною науковою проблемою. Науковці пояснюють це одночасним існуванням трьох видів попиту: реалізованим, прихованим та відсутнім, які необхідно аналізувати і враховувати при розробленні туристичних продуктів [2, 3, 4, 5]. Зміни у структурі туристичного попиту і пропозиції є складною системою змін взаємозв'язаних пропорцій, що відбуваються під впливом різних причин у часі та просторі; у різних формах прояву і наслідків. З цих позицій представлена стаття слугуватиме *метою осмислення економічних умов, що спричиняють зрушення у структурі туристичних потоків*.

Результати. Дослідження особливостей формування попиту на туристичні послуги є методичною основою забезпечення стійкого і поступального розвитку туристичних підприємств.

Зміни у структурі туристичного попиту і пропозиції є складною системою змін взаємозв'язаних пропорцій, що відбуваються під впливом різних причин у часі та просторі; у різних формах прояву і наслідків. Характерні особливості, структура, види пропозиції та попиту на туристичному ринку достатньо глибоко опрацьовані в науковій літературі. Досліджуючи проблематику сталого розвитку в туризмі, науковець Т.І.Ткаченко узагальнила 18 характерних особливостей пропозиції та 11 специфічних рис туристичних послуг [5]. На наше переконання це пов'язано з тим, що:

існує дисбаланс між видами туризму й економічними можливостями та пріоритетами споживачів з позиції врівноваження структурного та видового розвитку туристичного продукту;

значно уповільнюється розвиток масових туристичних ринків;

тенденції до індивідуалізації і нові життєві моделі споживання обумовлюють:

перманентний розпад однорідних цільових груп споживачів туристичних послуг;

різноманіття туристичних переваг;

зменшення попиту на пакетні тури.

загострюється конкуренція не тільки між окремими цілями, але і між різними видами туризму;

для туристичних підприємств методично складно розподіляти й обслуговувати споживачів за їх приналежністю до вікових груп і соціальних прошарків;

для ринку туристичних послуг характерна "екстерналізація послуг", тобто індивідуальна і соціальна інтеграція споживачів, посилення диверсифікації і диференціації послуг на основі підвищення їх якості;

характерним є непостійність якості послуги, суб'єктивізм в її оцінці, що обумовлює необхідність її постійного контролю;

туристична послуга не є товаром першої необхідності, хоча беззаперечно визнається значення туризму як засобу відновлення фізіологічних сил і здоров'я населення;

туристична послуга унікальна (повторити її у всіх аспектах неможливо, йдеться про маршрут поїздки, умови обслуговування, вартість тощо);

досягнення цілей щодо підвищення ефективності функціонування туристичних підприємств залежить від модифікації організаційних структур, які спроможні забезпечити швидку адаптацію до змін зовнішнього і внутрішнього середовища.

Наведені пояснення особливостей формування попиту та пропозиції на туристичному ринку підтверджують дослідження статистичних даних щодо розподілу туристів за метою відвідування протягом 2000 — 2007 років. Оцінюючи розподіл туристів за метою відвідування з позиції структурних змін нами виділені на такі основні тенденції:

1. *Вітчизняний туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд.* За даними Міжнародної організації подорожей і туризму (*World Travel & Tourism Council — WTTC*) та розрахунків Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України щорічно за межі держави вітчизняними туристами вивозиться до Н" 26,5 млн.дол.

США, що дозволяє характеризувати виїзний туризм як один із найбільш суттєвих каналів витоку валюти [6]. Враховуючи те, що вагома частка туристичних послуг не експортується, в умовах фінансової кризи ця тенденція може спровокувати суттєвий економічний спад у туризмі. У випадку подальшого посилення тенденції розвитку туризму з орієнтацією на виїзд вітчизняний туристичний ринок буде скорочуватися, тому важливим є досягнення структурного паритету між виїзним, в'їзним та внутрішнім видами туризму. Метою розвитку туризму повинно бути вирівнювання співвідношення обсягів експорту та імпорту туристичних послуг, а також зростання внутрішнього туризму. Оптимальний розподіл потоків між Україною і туристично-місткими країнами за рекомендаціями Міжнародної організації подорожей і туризму може визначатися таким чином:

$$n^{rs} = N \frac{a_i^\alpha}{\sum_{i=1}^n a_i^\alpha}, \quad (1.1)$$

де N — загальна кількість туристів, що виїжджають у туристично-місткі країни; a_i — коефіцієнт привабливості туристично-містких країн (розрахований WTO); α — степенева залежність коефіцієнта привабливості туристично-містких країн від туристичної привабливості країни; n^{rs} — кількість туристів, які відвідують країну.

2. *Внутрішній ринок туризму* розвивається недостатньо мобільно. Експерти туристичного ринку вважають його найперспективнішим напрямом розвитку вітчизняного туристичного бізнесу. В європейських країнах, як правило, співвідношення чисельності туристів, які подорожують в середині країни і тих, які виїжджають в інші країни, в середньому 4:1, а відповідно з подальшим прогнозом 5—6:1.

3. *Спостерігається тенденція до диверсифікації* пропозиції на туристичному ринку. Більша частка туристичних підприємств відмовляється від вузької спеціалізації на декількох країнах на користь ширшого спектра пропонованих туристам напрямів та видів туризму.

4. *Довготривалими факторами, які спроможні нівелювати різкі коливання у структурі попиту і пропозиції* на туристичному ринку, визначається індивідуалізація туристичного попиту і поглиблення його сегментації;

5. *Конкурентний характер туристичних послуг* виступає основою для диференціації пропозиції, що дозволяє зробити висновки про важливість сприйняття споживачами якості послуг, що надаються, і цінності, яку вони при цьому створюють.

6. *На особливу увагу заслуговують дослідження особливостей туристичного споживання*, в контексті його впливу на відтворення туристичного продукту.

7. *Туризм як соціально-економічна система прагне до рівноважного стану і відповідно актуалізується проблема його сталого розвитку*. Проте досягнення цієї мети ускладнюється двома обставинами: динамічною взаємодією внутрішніх елементів системи і змінними умовами зовнішнього середовища.

8. *Для нівелювання відчутних диспропорцій в структурі формування, виробництва, розподілу, обміну та споживання на туристичному ринку важливим стає дослідження раціональності поведінки еконо-*

мічних суб'єктів у процесі задоволення соціально-економічних інтересів, виходячи із заданих обмежень і можливостей.

Висновки. Викладені вище тенденції дозволяють точніше пояснити суть, зміст і причини диспаритету в структурі туристичних потоків. Вивчаючи тенденції формування попиту, ми мотивовано прийшли до висновку, що зрушення в структурі туристичних потоків є складною системою зміни взаємозв'язаних пропорцій, що протікають під впливом різних причин в часі і просторі, в різних формах прояву і наслідків. Їх правомірно вважати специфічним чинником динаміки і ефективності функціонування туристичних підприємств в цілому. Подвійна природа структурних зрушень виражається в тому, що, з одного боку, вони виступають як процес, з іншої — як результат розвитку попиту в туризмі.

Резюмуючи наведене, зазначимо, що в умовах прояву кризових явищ в економіці, важливим стає обґрунтоване визначення та формування системи внутрішньоорганізаційних механізмів, які спроможні забезпечити підтримання активності економічних суб'єктів на туристичному ринку. Враховуючи те, що функціонування туристичних підприємств обумовлюється системою організаційно-економічних важелів, які забезпечують баланс попиту і пропозиції на туристичний продукт і, відповідно структуру туристичних потоків, необхідно активізувати маркетингові дослідження туристичного ринку з урахуванням його економічної, інституціональної та компонентної структур як основи досягнення структурного паритету між туристичними потоками.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Туризм в Україні*. [Текст] /Статистичний збірник. Державний комітет статистики України. К.: — 2008 — 219 с.
2. *Кабушкін, М.І.* Менеджмент туризму / [Текст]: Учебное пособие /М.І.Кабушкін //Минск, Новое знание, 2001.— 432с.
3. *Квартальнов В.І.* Туризм / [Текст]:Учебник/ В.І. Квартальнов//Москва, Финансы и статистика, 200.— 320 с.
4. *Мельниченко С.В.* Інформаційні технології в туризмі:теорія, методологія практика/ [Текст]: Монографія/ С.В. Мельниченко// Київ, КНТЕУ, 2007.— 493 с.
5. *Ткаченко Т.І.* Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу[Текст]:Монографія/ Т.І. Ткаченко//Київ, КНТЕУ, 2006. — 537 с. http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/ukraine.pdf

Надійшла до редколегії 20.02. 09 р.