

339.924(477):338.487(100)

• •

• •

•

-

•

,

,

•

,

•

,

-

,

-

•

,

-

,

-

•

-

•

-

,

гається тенденція до диференціації окремих регіонів за туристичною привабливістю. Безумовними лідерами є регіони Криму і Карпат, а також столиця нашої країни.

Становлення туристичного бізнесу в Україні за останнє десятиліття набуло досить суперечливого характеру. З одного боку, швидке насичення ринку туризму, збільшення кількості туристичних фірм, якісних та кількісних показників їхньої діяльності; з іншого – на туристичному ринку України значно переважає імпорт туризму, що суттєво зменшує його значення для розвитку національної економіки. Крім того, невизначеність ринкової ситуації, політична та міжнародна нестабільність, сезонні коливання попиту на туристичні послуги, посилення конкуренції, обмеженість ресурсів, призвело до виникнення кризових явищ на туристичних підприємствах та підвищення складності їх управління. Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки сучасних процесів, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіональної трансформації, та дослідження механізму подальшого розвитку світового ринку туристичних послуг.

Аналіз досліджень і публікацій. Зазначимо, що в науковій літературі є достатній досвід дослідження ринку туризму України. Ряд аспектів розвитку туристської діяльності в країні розглядалися в роботах А.А. Бейдика, А.П. Голікова, О.А. Любіцевої, Л.Г. Лук'янової, В.І. Мацоли, В.К. Федорченко, В.И. Цибух та інших учених. Дослідженню особливостей та закономірностей розвитку світового ринку послуг значну увагу приділяють провідні вітчизняні науковці В. Козик, Ю. Макогон, В. Новицький, Є. Савельєв та інші. Питанням розвитку міжнародного туристичного обміну присвячені праці вітчизняних та зарубіжних економістів А. Азара, А. Александрової, М. Ананьєва, Ф. Ашера, А. Гайдук, В. Герасименка, Л. Геншафт, П. Гудзя, М. Жукова, Е. Кадта, В. Кифяка, К. Купера, Л. Левковської, І. Манта, Р. Мілля, А. Моррісона, Т. Ткаченко, Дж. Уолла, В. Цибуха, О. Чудновського, І. Школи. Проте туристичний ринок достатньо динамічне явище, яке потребує постійного моніторингу його тенденцій, тому необхідне подальше дослідження даної проблеми.

Актуальність теми дослідження. Успішний розвиток інтеграції вважається можливим лише за умов постійного вдосконалення інтеграційного механізму, поглиблення процесу співробітництва в різних галузях, у тому числі і в туризмі як одній із перспективних галузей взаємовідносин між країнами світу. Об'єктивна необхідність подальшої розробки і вдосконалення теоретико-методологічних та практичних основ ефективної інтеграції ринку туристичних послуг України у світове господарство з урахуванням його тенденцій та змін, що відбуваються на кожному етапі його розвитку, обумовила актуальність теми дослідження.

Метою статті є виявлення проблеми інтеграції України до міжнародного ринку туристичних послуг та розгляд перспектив європейської інтеграції України в цій сфері.

Виклад основного матеріалу. В умовах інтеграції України до світової економіки, сфера послуг набуває найдинамічнішого розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення. Сьогоднішня наявна політична і соціально-економічна нестабільність у країні протидіє розгортанню світогосподарських зв'язків на загальнодержавному рівні та в той же час зумовлює необхідність більш активної зовнішньополітичної діяльності регіонів. І тут важливу роль може відіграти розвиток міжнародного туризму. [1, с. 29].

За період з 2005 по 2009 рр. до України приїздили туристи, в основному з Росії (44%), США (7%), Німеччини (7%), Англії (3,3%), Білорусії (3%). Більше 80% іноземних туристів припадає на 4 регіони: м. Київ (48%), АР Крим (17,5%), м. Севастополь (11%), Одеська обл. (6,75%) [2]. Однак за останній 2009 р. Україну відвідали 305,7 тис. в'їзних (іноземних) туристів, що на 18 % або майже на 66,9. тис. осіб менше, ніж за аналогічний період 2008 р. Зменшення обсягів в'їзного потоку протягом 2009 р. відбулося за рахунок падіння числа поїздок за всіма мотиваціями. Найбільше падіння спостерігається з таких країн: Білорусь (на 33 %), Ізраїль (на 30 %), Молдова (на 49 %), Польща (на 45 %), Росія (на 25 %). Виїзний турпотік за 2009 р. зменшився порівняно з 2008 р. на 2 % та становив 1,27 млн. осіб [2]. Динаміка розподілу туристичних потоків за 2005-2006 рр. наведена в табл. 1.

Динаміка розподілу туристичних потоків за 2005-2006 рр. [2].

Роки	В'їзний туризм	Виїзний туризм	Внутрішній туризм
2005	326,4 тис. осіб	566,9 тис. осіб	932,3 тис. осіб
2006	299,1 тис. осіб	868,2 тис. осіб	1039,1 тис. осіб
2007	372,5 тис. осіб	336,0 тис. осіб	2155,3 тис. осіб
2008	372,8 тис. осіб	1,3 млн.	2,2 млн.
2009	305,7 тис. осіб	1,27 млн.	1,2 млн.

Така ситуація на ринку туристичних послуг України склалася не тільки через світову кризу, але і через недостатньо розвинену інфраструктуру та підвищення цін на туристичні послуги. Якщо в 2005 р. середня вартість добового перебування в санаторії Криму становила 95-150 грн. (включаючи харчування, проживання та лікування), то зараз мінімальна вартість в сезон становить 250 грн. Це при тому, що у більшості санаторіїв, готелів та пансіонатів матеріальна база залишається на рівні радянських часів. Звичайно, зміни в кращу сторону є, проте вони залишаються майже непомітними на фоні занедбаності готельної та санаторної бази, нерозвиненої інфраструктури, відсутності інвестицій та недосконалості нормативно-правової бази. При такому стані туристичного бізнесу інтеграція України до Європи значно ускладнюється. Всі проблеми туристичного бізнесу можна згрупувати за трьома блоками:

- проблеми, пов'язані з туристичною інфраструктурою: недостатньо розвинена туристична інфраструктура (включаючи місця розміщення, дороги, транспорт, громадське харчування, торговельне обслуговування туристів та ін.), невідповідність населення міста до роботи з туристами, невідповідність ціни і якості послуг;

- проблеми, пов'язані з розробкою та просуванням на ринок конкурентноздатних туристичних продуктів: слабка система просування турпродуктів України на внутрішньому та міжнародному ринках, недостатність зон відпочинку, слаба розробка нових туристичних об'єктів;

- проблеми інформаційно-організаційного забезпечення розвитку туристичного ринку: недосконалість галузевої статистики, що забезпечує інформаційну та управлінську підтримку розвитку готельного господарства, нестача професійно підготовлених кадрів в готелях та інших комплексах розміщення, відсутність вибудованої системи безпеки та супроводу туристів на території міста та області.

Якщо говорити про перспективи інтеграції України до міжнародного ринку туристичних послуг, то їх можна виділити таким чином [3]:

По-перше, Україна має значні туристичні ресурси (природнокліматичні, культурно-історичні, національно-етнографічні), завдяки яким вона здатна органічно вписатися в міжнародний туризм. Вдале поєднання і взаємодоповнення на території України кліматичних, ландшафтних, бальнеологічних і грязевих природних лікувально-профілактичних факторів посилює ефективність їх впливу та підвищує цінність до рівня міжнародного значення. Безпосередній інтерес міжнародної громадськості до культурно-історичної спадщини України, яка має безсумнівну історичну цінність, посилюється наявністю значної української діаспори. А геополітичні характеристики дозволяють Україні брати участь у міжнародних системах комунікацій, уможливує використання цього ресурсу насамперед рекреаційним контингентом туристів, що проживають далеко за її межами. Туристичні ресурси України, природно-географічні умови мають поліфункціональний характер, який дозволяє організацію практично усіх відомих у міжнародній практиці видів туризму.

По-друге, розвиток на території України туристичних підприємств (туроператорів, турагентів), які рекламують вітчизняний туризм та підкоряються умовам одного правового поля, дозволить зберегти та зміцнити наявні порівняльні переваги, що підвищують конкурентоспроможність України на світовому ринку туристичних послуг. Це забезпечується заходами організаційного, економічного та правового характеру, призначення яких полягає у забезпеченні наступного:

- стабільність економічного комфорту в країні незалежно від коливань політичної ситуації в світі;

- податкові, валютні та митні пільги;

- скорочений порядок оформлення в'їзду та тимчасового перебування іноземних громадян.

Фактори, які обумовлюють швидкий розвиток України в аспекті міжнародного туризму:

1. Спрощення прикордонних формальностей, відміна обмежень на ввіз валюти, введення єдиної візи на декілька країн (Шенгенська домовленість);

2. Будівництво доріг, готелів, широка реклама об'єктів туризму;

3. Помірна ціна на туристичні послуги;

4. Туристичні ресурси, в тому числі привабливість історичних та культурних пам'яток.

Вони обумовлюють і визначають найважливіші соціо-економічні показники туризму, такі як кількість туристів, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та інше [4].

Отже, державна і комерційна робота в галузі туризму повинна будуватись на всеохоплюючому обліку туристичних ресурсів як у цілому по країні, так і по окремих регіонах.

Нами запропоновано ряд заходів, що мають бути впроваджені, з метою подолання проблем, пов'язаних з розвитком туристичного бізнесу України:

1. Удосконалення нормативно-правової бази та гармонізація її з міжнародними стандартами:

– розроблення нормативних вимог до облаштування туристичних маршрутів і об'єктів туристичної інфраструктури;

– розроблення типових проектів об'єктів туристичної інфраструктури;

– розроблення нормативних вимог до маршрутних покажчиків, інформаційних і дорожніх знаків для інформування про туристичні маршрути та об'єкти туристичної інфраструктури та порядку їх встановлення;

2. Створення безпечних умов для пересування туристів і подорожуючих:

– створення державної системи безперервного надання, координації одержання постраждалими туристами та подорожуючими особами усіх видів невідкладної допомоги, в тому числі повітряними транспортними засобами, на туристичних маршрутах і в місцях надання туристичних послуг, відпочинку та рекреації;

– забезпечення доступу туристів та подорожуючих до засобів зв'язку з метою виклику допомоги;

– обладнання інформаційними та дорожніми знаками, маршрутними покажчиками об'єктів показу та сервісу, місць надання послуг, відпочинку та рекреації, маршрутів подорожей, рекомендованих для туристичного відвідування.

3. Створення комфортних умов для туристів і подорожуючих:

– сприяння підготовці інвестиційних проектів з реконструкції та будівництва об'єктів туристичної інфраструктури;

– здійснення заходів щодо створення мереж спеціалізованих об'єктів туристичної інфраструктури;

– здійснення заходів щодо реконструкції наявних об'єктів туристичної інфраструктури;

– здійснення заходів щодо будівництва нових об'єктів туристичної інфраструктури (відведення земельних ділянок);

– здійснення заходів з благоустрою існуючих та облаштування нових місць короткочасного відпочинку автотуристів.

4. Забезпечення інформаційної підтримки:

– здійснення заходів щодо створення інформаційних туристичних пунктів;

– розроблення та видання карт, схем, довідників, буклетів для автотуристів;

– створення інформаційного банку даних з планами туристичних маршрутів, їх облаштування об'єктами туристичної інфраструктури.

Нині Україна розвиває міжнародне туристичне співробітництво у рамках ВТО, СНД, організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), Центрально-Європейської ініціативи (ЦЕІ), співпрацює з Європейським Союзом, Радою Європи, Радою держав Балтійського моря, ГУАМ тощо. Його стратегічною метою є: створення єдиного туристичного простору як зони вільної торгівлі туристичними послугами та свободи туристичного руху; ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристичних потоків; розробка спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць (зокрема, міжнародних туристичних маршрутів «Туризм по Шовковому шляху», по рекреаційних зонах Чорноморського узбережжя, річок Дунай та Дніпро), спільне просування турпродукту на міжнародному ринку; підвищення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн та активізації цивілізаційно-комунікаційних зв'язків [6].

Висновок. Отже, можна стверджувати, що в результаті активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, зокрема в міжнародних транспортних коридорах, створення прийнятних і прозорих «правил гри», сприйняття міжна-

родного туризму як засобу інтеграції у світовий та європейський простір, а також як форми розвитку інтеграційних комунікацій туризм стане потужною індустрією. Важливо наголосити на тому, що головним макроекономічним показником експортної орієнтації регіонів у туристичному обміні є стан балансу туристичних витрат і надходжень. В цьому контексті слід враховувати потенційні можливості та переваги інтеграції у світовий та європейський простір. Зокрема вона є ефективним джерелом валютних надходжень, сприяє активізації платіжного балансу і прискоренню інвестиційного процесу практично в усіх галузях регіональної та національної економіки, розвитку відсталих регіонів, здійсненню реструктуризації виробництва та сфери послуг, а також підвищенню іміджу України у світі.

Література:

1. Цехмістрова Г.С. Вища освіта і Болонський процес: навч. посіб./ Г.С. Цехмістрові. – К., 2007.
2. Статистична інформація/[Електронний ресурс]. – /Держ. ком. статистики України. – Офіц. веб-сайт. – Режим доступу: www.tourism.gov.ua.
3. EU Culture Programme (2007-2013) / [Електронний ресурс]. - /Міністерство культури і туризму України. – Офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/index>.
4. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 252 с.
5. Журнал Всемирной туристической организации "Туристический барометр" (UNWTO World Tourism Barometer). – 2009. – №1.
6. Прейгер Д.К. Міжнародний туризм в Україні як форма розвитку інтеграційних комунікацій/ Д.К. Прейгер // Стратегічна панорама. / Прейгер Д.К., Малярчук І.А. – 2005. – №3.

Аннотация

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ УКРАИНЫ В МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Сорока И. В., аспирантка

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

Рассмотрены проблемы интеграции Украины в международный рынок туристических услуг. Проанализированы факторы, которые обуславливают быстрое развитие туристического бизнеса Украины и перспективы выхода туристического бизнеса Украины в международный рынок туристических услуг. Предложен ряд мероприятий для быстрого развития туристического бизнеса Украины.

Ключевые слова: интеграция, рынок туристических услуг, туристическая инфраструктура.

Summary

PROBLEMS AND PROSPECTS OF UKRAINE INTEGRATION TO THE INTERNATIONAL TOURIST SERVICES MARKET

Soroka I. V., post-graduate student

V. N. Karazin Kharkiv National University

All the problems of Ukraine integration to the international tourist market were considered. The factors which cause the rapid development of tourist business in Ukraine and the prospects of Ukraine tourist business joining the international tourist market were analyzed. A number of measures for rapid development of tourist business in Ukraine were proposed.

Key words: integration, the market of tourist services, tourist infrastructure.

Надійшла до редакції 19.03.2010 р.

Науковий керівник: Циганов С. А., д.е.н., професор

© Сорока І.В., 2010 р.