

УДК 338.48(477)''20''

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Софія Білоус

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
вул. Дорошенка, 41, м. Львів 79000 Україна, тел.: (032)239-46-03  
E-mail: kaftour@ukr.net*

Проаналізовано основні туристичні показники (кількість туристів, обсяг туристичних доходів і видатків), обґрунтовано необхідність стратегічного розвитку в'їзного туризму за сучасних умов.

*Ключові слова:* туристичний бізнес; організаційно-економічні засади; стратегія розвитку; обсяг туристичного потоку; попит; туристичний потенціал.

На сучасному етапі розвитку світових економічних тенденцій дедалі важливішу роль починає відігравати така галузь, як туризм. Майже для кожної країни туризм виступає важливим чинником розвитку як економічно-соціальної, так і культурно-духовної сфер, джерелом поповнення національного та місцевих бюджетів, виконуючи при цьому економічну, соціальну, культурну, політичну, рекреаційну, виховну та екологічну функції.

Щоб не бути голослівними та довести високу прибутковість туристичного бізнесу, ми на основі барометра Всесвітньої туристичної організації провели ґрунтовний аналіз світових туристичних показників (обсяги туристичних потоків, обсяги туристичних доходів і видатків). Отже, світовими лідерами 2010 р. були:

- за обсягами туристичних потоків: Франція (77 млн осіб.); США (56 млн осіб.); Китай (55,7 млн осіб.); Іспанія (52,7 млн осіб.);
- за витратами на туризм: Німеччина (79,2 млн дол.); США (75,1 млн дол.); Велика Британія (52 млн дол.); Китай (44 млн дол.);
- за доходами від туризму: США (103,2 млрд дол.); Іспанія (52,5 млрд дол.); Франція (46,6 млрд дол.); Китай (45,8 млрд дол.) [1];

Розглянемо більш детально основні статистичні показники туризму за регіонами.

Азійсько-Тихоокеанський туристичний регіон (Японія, Австралія і Нова Зеландія, Афганістан, Непал, Шрі-Ланка, М'янма, Бангладеш, Папуа Нова Гвінея, Китай та Індія) першим серед усіх регіонів відновив туристичну активність після

економічної кризи. Найвищим рівень доходів від туризму в цьому регіоні є у Китаї (45,8 млрд дол.), Австралії (30,1 млрд дол.) та Індії (14,2 млрд дол.).

У 2010 р. показники туристичних прибуттів тут досягли рекордних значень – 204 млн туристів, а це на 13% більше ніж попереднього року. Такі високі показники пов'язані зі стрімким економічним розвитком. У 2011 р. кількість прибуттів продовжував зростати (7%–9%). Навіть землетрус 2011 р., що спричинив руйнування і жертви, не змусив Японію відмовитися від довгострокової стратегії розвитку усіх видів туризму, у тому числі медичного. Аналітики Development Bank of Japan прогнозують, що у 2020 р. до Японії прибудуть 430 тис. медичних туристів [4].

Близький Схід (Єгипет, Судан, Бахрейн, Ізраїль, Йорданія, Ірак, Ємен, Кіпр, Катар, Кувейт, Ліван, Об'єднані Арабські Емірати, Оман, Саудівська Аравія, Сирія, Палестинські території, а також Туреччина, одна частина території якої лежить у Європі, а інша – в Азії) теж демонструє досить високі темпи зростання (14%), але на фоні дуже низьких показників 2009 р. Досить значні кошти інвестовані у розвиток інфраструктури (у 2009 р. Саудівська Аравія – 20,9 млрд дол.; ОАЄ – 10,3 млрд дол.), регіон також бере активну участь у заявках на проведення різних всесвітніх заходів (2022 р. – чемпіонат світу з футболу в Катарі) з метою покращення іміджу на світовій арені. Показник туристичних прибуттів складає 60 млн, на думку фахівців ЮНВТО, це пов'язано з тим, що високі ціни на нафту сприяють розвитку в цьому регіоні міжрегіонального туризму. У найближчі роки фахівці очікують зростання 7% - 10%.

Для африканських країн (6%) стимулом став чемпіонат світу з футболу, що відбувся у 2010 р. в Південній Африці. Показник прибуттів становив 49 млн. Після чемпіонату, який привернув погляди всього світу, імідж регіону підвищився в декілька разів. Лідерами цього регіону стали Нігерія (видатки на туризм 6 млрд дол.), об'єднання країн південної Африки (Ангола, Ботсвана, Замбія, Зімбабве, Лесото, Мозамбік, Намібія, ПАР) – доходи від туризму сягнули 8 млрд дол., а витрати 5 млрд дол. На 2011 р. прогнозується позитивна динаміка, приріст складе близько 4%–7%, головне завдання полягає у закріпленні досягнутих результатів.

Американський регіон 2010 р. показав теж непогані результати: 7% приросту кількості туристів, на думку фахівців Всесвітньої туристичної організації, пояснюються двома факторами: економічним, а саме, показниками відновлення економіки США та активністю латиноамериканських країн, і пожвавленням процесів регіональної інтеграції в Центральній та Південній Америці. До лідерів цього регіону належать: США (доходи – 103,2 млрд дол., видатки – 75,1 млрд дол.); Аргентина (доходи – 4,7 млрд дол., видатки – 6 млрд дол.); Бразилія (доходи – 6 млрд дол., видатки – 16 млрд дол.); Канада (доходи – 15,8 млрд дол., видатки – 29,5 млрд дол.). За прогнозами, показники залишатимуться близькими до середньосвітових – 4–6%.

У Європі, що найбільше постраждала від економічної кризи, і поступово виходить з неї, обсяг туристичних відвідувань зріс на 3%. Водночас обмеження

повітряного зв'язку (квітень 2010 р.) внаслідок виверження вулкану в Ісландії, невизначеність економіки не сприяли туристичним процесам у регіоні. Найкращі результати мали Німеччина – 11 %, Туреччина – 6%. На думку експертів, у найблищій рр. показники будуть нижчими від середньосвітових – 2 – 4%, що пов'язують з нестабільністю еврзони та політикою спрямованою на бюджетне скорочення.

На жаль, сьогодні для туристичного бізнесу в Україні характерне неефективне використання туристичних ресурсів, застаріла інфраструктура, що не відповідає міжнародним стандартам, недосконала законодавча база, та інші негативні явища. Подолати ці труднощі можна лише за умови розробки ефективної стратегії розвитку туризму. Найкраще розвиваються міста, які рухаються установленим шляхом.

У 2010 р. в туристичній сфері підтримувався досить високий попит, незважаючи на економічну невизначеність на деяких великих ринках, стихійні лиха, політичну та соціальну нестабільність. Але, як свідчить статистика, правильно розроблена, динамічно і професійно здійснювана політика в туристичній сфері економічно вигідна для держави. Тому постає питання актуальності розвитку на території України саме в'їзного туризму. Необхідні дійові управлінські заходи з розвитку галузі, які б його інтенсифікували. Для досягнення позитивного балансу між грошима, що ввозяться в країну (в'їзний туризм) і вивозяться з країни (виїзний туризм), потрібно приділити увагу залученню зарубіжних туристів, щоб якомога більше грошей в країну ввозилось і тут витрачалось.

Щоб виокремити такі заходи, ми здійснили аналіз зарубіжного досвіду державного управління туристичною діяльністю. Це дало підстави відібрати три моделі управління туристичною сферою.

Перша модель передбачає наявність впливової та авторитетної національної туристичної адміністрації. Як правило, це властиво державам, які вважають рекреаційно-туристичну діяльність важливим сектором економіки та одним з головних джерел валютних надходжень і вкладають значні ресурси в його розвиток (Єгипет, Мексика, Туреччина, Туніс та ін.). Держава впливає на галузь двома шляхами: регулюючи попит та доходи або пропозицію та ціни. Для цього використовуються такі інструменти, як маркетинг і просування, ціноутворення та обмеження доступу [3, с.89-92 ].

Друга модель представлена у більшості європейських країн, де питання розвитку туризму належать до компетенції міністерства, як правило, економічного профілю, в структурі якого створено спеціалізований туристичний департамент (секретаріат, управління, служба) з достатньо широкими повноваженнями. Так, у Німеччині, Іспанії, Нідерландах, Польщі розвиток туризму регулюють міністерства економіки, у Франції – міністерство транспорту та громадських робіт, в Італії – міністерство виробничої діяльності, в Португалії – міністерство торгівлі та туризму, в Чехії – міністерство торгівлі, в Росії – Міністерство економічного розвитку та торгівлі. Державні туристичні адміністрації співпрацюють з приватним бізнесом на загальновигодних умовах і, не зважаючи на досягнутий високий рівень розвитку

туристичної інфраструктури, залучають значні бюджетні та приватні інвестиції у створення та просування туристичного продукту [3, с. 89-92 ].

Третя модель управління туристичною індустрією характерна для США – країни з найвищим рівнем розвитку туристичної інфраструктури, міцними позиціями лідера на міжнародному туристичному ринку, конкурентоспроможними приватними компаніями у цій сфері. У 1997 р. в США було визнано за доцільне ліквідувати державну структуру USTTA, яка координувала розвиток туризму. На сьогодні в країні нема центральної державної туристичної адміністрації, а функціонує модель ринкової саморегуляції відносин між суб'єктами туристичної індустрії, яка ґрунтується переважно на участі приватного капіталу.

Проте слід зауважити, що США дозволили собі відмовитися від державної структури завдяки цілій низці сприятливих чинників, якими є:

- міцні позиції США на міжнародному туристичному ринку;
- привабливість країни для іноземних туристів, що не потребує додаткової реклами;
- наявність у туристичній індустрії сильних приватних компаній, спроможних на самостійні рекламні акції в інтересах всього національного ринку [3, с. 89-92].

На підставі аналізу ми дійшли висновку, що для України характерна друга модель, а розвиток такої галузі, як туризм, повинен бути керований державою. Для стимулювання розвитку в Україні туристичної галузі необхідне ефективне управління.

Завданням регулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні повинні стати збільшення валового національного доходу від рекреаційно-туристичної діяльності; захист споживача туристичних послуг; організація рекреаційно-туристичної діяльності у цивілізованих межах; збереження та охорона рекреаційно-туристичних ресурсів.

Для отримання максимальної вигоди від туризму кожна держава розробляє туристичну політику, яка є сукупністю форм, методів і напрямів впливу на функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку соціально-економічного комплексу.

Отже, стратегія розвитку туристичного бізнесу – це концепція держави, спрямована на перспективний розвиток туризму, що представлена у формі довгострокової програми дій, на основі яких повинна реалізуватися ця концепція, забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту, та основним елементом якої є орієнтація на використання власних ресурсів. Стратегічне регулювання економічних процесів у туризмі – від'ємний елемент внутрішньої політики. Давня мудрість каже: «План без дії – це мрійництво, а дія без плану – це поразка».

Стратегічною метою розвитку туристичного бізнесу України повинно стати створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного задовольнити потреби населення країни та забезпечити підтримку розвитку економіки країни

загалом. Ми розробили схему структуризації процесу формування та реалізації стратегії розвитку туристичного бізнесу (див. рисунок). На сьогодні Україна не є достатньо конкурентоспроможною, це вимагає теоретичного осмислення самої суті туристичної галузі, ставить питання про актуальність розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо формування ефективного ринкового механізму економічного регулювання і розвитку цієї сфери. З цього випливає питання теоретичного осмислення організаційно-економічних засад стратегічного розвитку в'їзного туризму.

Організаційно-економічні засади в'їзного туризму – це сукупність передумов, що мають вплив на стан та особливості розвитку туристичної галузі в межах певної країни, в умовах сучасної ринкової економіки, або що буде ринкові відносини.

Головним документом, який регулює економічний розвиток нашої держави, є «Стратегія економічного та соціального розвитку України “Шляхом європейської інтеграції” на 2004-2015 рр.», затверджена Кабінетом Міністрів України 28.04.2004 р. Розділ 10 Стратегії присвячений модернізації туристичного та рекреаційного потенціалу та збереженню культурної спадщини. У документі зазначається необхідність розробки комплексних планів розвитку туристичної індустрії. Відповідно до поставлених завдань Кабінет Міністрів 2008 р. ухвалив «Стратегію розвитку туризму та курортів».

Україна має дуже великий ресурсний потенціал, зокрема ексклюзивні ресурси, якими може відзначитися та запропонувати своєму споживачу лише наша країна. Мисливські угіддя Цуманських лісів Ківерцівського району Волинської області вже стали місцем активного відпочинку любителів полювання з Італії, Франції, Німеччини та Бельгії. Гірські та гірськолижні курорти Карпат валять туристів не лише з України, а й з країн ЄС. Цікавим є проект «Карпатський трамвай», який передбачає використання збудованих у першій половині ХХ ст. ділянок гірських вузькоколіїних залізниць. У планах створення тут мережі історичних залізниць, що неодмінно зробить цей регіон ще більш привабливим для іноземних туристів. Один із найвідоміших бальнеологічних курортів України Трускавець також обіцяє стати одним із найперспективніших курортів Європи. Тут зосереджені великі запаси підземних мінеральних вод (найвідоміші — «Нафтуся», «Софія», «Марія») та лікувального озокериту. Щорічно курорт відвідує близько 200 тис. осіб. Останнім часом він набуває популярності серед туристів з Німеччини, Польщі, Ізраїлю, Канади і США. Список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО поповнили Софійський собор з архітектурним ансамблем у Києві, Києво-Печерська лавра, історичний центр Львова. Спеціальна зона Чорнобильської АЕС, місто Славутич і відпрацьований шахтний фонд Донбасу, мають всі умови для так званого промислово-екстремального туризму. З метою збереження пам'яток історії та культури в Україні затверджені та реалізуються Комплексна програма паспортизації об'єктів культурної спадщини (постанова КМУ від 09.09.2002 р. №1330) і Загальнодержавна програма збереження та використання об'єктів культурної спадщини (Закон України від 20.04.2004 р. № 1692-IV).

Однак, така багата своїми туристичними ресурсами Україна, за даними Світового економічного форуму, 2007 р. у сфері подорожей і туризму серед 124 країн світу посіла лише 78-ме місце (Чехія – 35-те, Угорщина – 40-ве, Литва – 51-ше, Польща – 61-ше, РФ – 68-ме, Румунія – 76-те) [2]. На нашу думку, це пояснюється тим, що туристичний потенціал України використовується лише на третину. За висновками експертів, щороку бюджет недоотримує близько 10 млрд дол. США. З огляду на це одним із перспективних видів туризму для України вимальовується саме в'їзний туризм, який приносить в бюджет країни доходи, на відміну від виїзного, який є джерелом відпливу грошей.

Викладене доводить реальну необхідність формування чіткої, ефективної стратегії розвитку туристичного бізнесу, здатного забезпечити українському туристичному продукту стабільність на міжнародному туристичному ринку.

Рисунок .Структуризація процесу формування та реалізації стратегії розвитку туристичного бізнесу *Джерело: розроблено автором*

1. Барометр ЮН ВТО [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm>
2. Стратегія розвитку туризму і курортів: схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 6.08.2008 р. N 1088-р:Електронний ресурс/ Законодавство України. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1088-2008-%F0>
3. Холлоуей Дж. К . Туристический бизнес / Дж.К. Холлоуей; при содействии Нейла Тейлора; пер. с 7-го англ. изд. Т.А. Черной, А.А. Кожевниковой. — К. : Знання, 2007. — 798 с.
4. Япония не отказалась от стратегии развития медицинского туризма [Електронний ресурс]/ — Режим доступу : <http://www.news.turne.com.ua/yaponiya-ne-otk-9727>

## FEATURES BUSINESS TOURISM DEVELOPMENT

**Sofiya Bilous**

*Ivan Franko National University of L'viv  
Doroshenko Str., 41, L'viv, Ukraine Tel. (032)239-46-03  
E-mail: kaftour@ukr.net*

Analyzed the main tourist indicators (number of tourists, the volume of tourist revenues and expenditures), the necessity of strategic development of inbound tourism in the current situation.

*Keywords:* tourism business, organizational and economic principles, strategy development, the volume of tourist flow demand, tourism potential.

## ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

**София Белоус**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко  
ул. П. Дорошенка, 41, м. Львов, 79000, Украина, тел.: (032)239-47-69  
E-mail: kaftour@ukr.net*

Проанализированы основные туристические показатели (количество туристов, объем туристических доходов и расходов), обоснована необходимость стратегического развития въездного туризма в современных условиях.

*Ключевые слова:* туристический бизнес; организационно-экономические основы; стратегия развития, объем туристического потока; спрос; туристический потенциал.

Стаття надійшла до редколегії 02.10.2011

Прийнята до друку 17.11.2011