

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ ТА БОЛГАРІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Болгарія та Україна мають всі можливості стати туристичними державами світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного турпродукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності.

В умовах глобалізації світового господарства, лібералізації міжнародних економічних відносин процеси регіональної інтеграції стають важливою ланкою на шляху повної інтеграції регіональних економік до глобальної системи. Інтеграція країни до системи світового господарства відбувається шляхом включення кожного окремого ринку товарів та послуг до глобального світового ринку.

Механізм включення Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг має враховувати сучасні тенденції, пов'язані з інтернаціоналізацією, транснаціоналізацією та інтеграцією, що відбувається на регіональному та глобальному рівнях.

Процес включення до світового ринку туристичних послуг повинен одночасно відбуватися на двох рівнях: на рівні конкретних господарюючих суб'єктів Лише за умови успішних паралельних дій суб'єктів мікро — та макрорівня можливий вихід України до світового туристичного ринку з конкурентоспроможним національним турпродуктом. Розглянемо більш детально механізм інтеграції, що повинен відбуватися на мікро- та макрорівнях.

На мікрорівні, перш за все, слід виділити суб'єктів національного туристичного ринку, які є найбільш конкурентоспроможними та здатними просувати національний турпродукт на світовий ринок. Якщо розглядати туристичну індустрію Болгарії та України в цілому, то такими суб'єктами є великі туроператори, готельні підприємства, що надають якісний продукт, та транспортні підприємства, передусім, авіаперевізники.

Основною передумовою інтеграції Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг є на-

явність високорозвиненої туристичної інфра- та супраструктури. Основну увагу тут слід звернути на необхідність модернізації існуючої виробничо-технічної бази. В Польщі після приватизації готелів і проведення ринкових реформ кількість готельних номерів збільшилась приблизно на 50% внаслідок появи нових підприємств, особливо у складі мереж. Розширення останніх підвищує продуктивність праці завдяки покращенню структури галузі та укріпленню конкурентних позицій на ринку. В таких умовах готелі, які не входять в ту чи іншу мережу, будуть докладали більше зусиль для підвищення ефективності праці. З огляду на польський досвід, можна припустити, що продуктивність праці в українському секторі готельних послуг протягом 10 років могла б сягнути 60—65%. Перш за все потрібно змінити структуру галузі за рахунок розвитку високотехнологічних готелів у складі мережі і малих готелів сімейного типу. Зростання продуктивності праці стало б результатом завантаження готелів до 55—60% і вдосконалення організації праці. Поліпшення показників по цим двом позиціям дозволить підвищити продуктивність праці з 16 до 50% середнього рівня провідних готелів світу [1]. Але реалізація наведених розрахунків потребує конкретних дій на загальнодержавному рівні.

Наступний етап інтеграції — процес транснаціоналізації — відповідно до процесу інтернаціоналізації також буде відбуватися в рамках функціонування підприємств готельного господарства, транспортних перевізників та на туроператорському ринку. Транснаціоналізація може відбуватися на двох рівнях. За умов сприятливого економічного та політичного клімату в країні, лояльності до іноземних суб'єктів господарювання — шляхом відкриття в Болгарії та Україні представництв відомих світових ТНК. Це призведе до значної конкуренції на відповідних ринках, підвищення якості послуг, розширення їх асортименту та зниження цін на послуги. Водночас національні підприємства можуть не витримати конкуренції з боку сильних за-

кордонних компаній, що призведе, з одного боку, до закриття малих, неефективно функціонуючих компаній, а з іншого, до хвилі злиттів серед найбільших операторів туристичної індустрії та поглинань закордонними компаніями перспективних національних операторів.

Виходячи зі світового досвіду, транснаціоналізація на туристичному ринку проявляється в таких організаційних формах як туристичні ТНК, яких в світі нараховується невелика кількість, оскільки туризмом паралельно займаються корпорації інших галузей; готельні ланцюжки, консорціуми, а також стратегічні альянси у сфері готельного господарства та в сфері авіатранспортних перевезень. Для болгарських компаній участь у стратегічних альянсах є достатньо перспективною, оскільки до їх складу входять компанії з метою узгодження і координації зусиль у вирішенні таких задач, як проведення маркетингових досліджень, розробка, виробництво і збут послуг та підготовка персоналу. Водночас своєрідність цих зв'язків полягає в тому, що вони безпосередньо не зачіпають відносин власності, оскільки компанії, що співпрацюють, зберігають свою автономію, а також нішу в сферах національного, регіонального і локального ринків.

Наступний етап є завершальним при виході Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг — це етап безпосередньої інтеграції мікрота макрорівня. На мікрорівні в сфері міжнародного туризму, як і в інших галузях, існують різні засоби інтеграції — від поглинання конкурента до купівлі його контрольного пакету акцій. Широко практикуються перехресне володіння акціями різних компаній, об'єднання зусиль в області менеджменту, укладення договорів про консорціум. Вони роблять інтеграцію більш гнучкою і тому отримують домінуюче значення в туристичній індустрії. З цим пов'язана ще одна особливість інтеграції в туризмі. Туристична компанія має більше економічних переваг за рахунок економії від масштабів виробництва, якщо вона розширюється не шляхом нарощування виробництва на своєму єдиному підприємстві, а створює ланцюжок господарських одиниць. Такий підхід одночасно відповідає потребам клієнтів. По-перше, ці ланцюжки "стягують" просторово розділені райони, які генерують туристські потоки, і напрямки, які приймають їх. По-друге, краще виробляти турпродукт частково, що відповідає комплексному його сприйняттю споживачами, ніж концентрувати зусилля на наданні одного виду туристичних послуг. Цей підхід доцільно було б використовувати як в болгарській, так і в українській практиці.

Активно повинна розвиватися співпраця Болгарії та України у складі численних спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створено правову базу

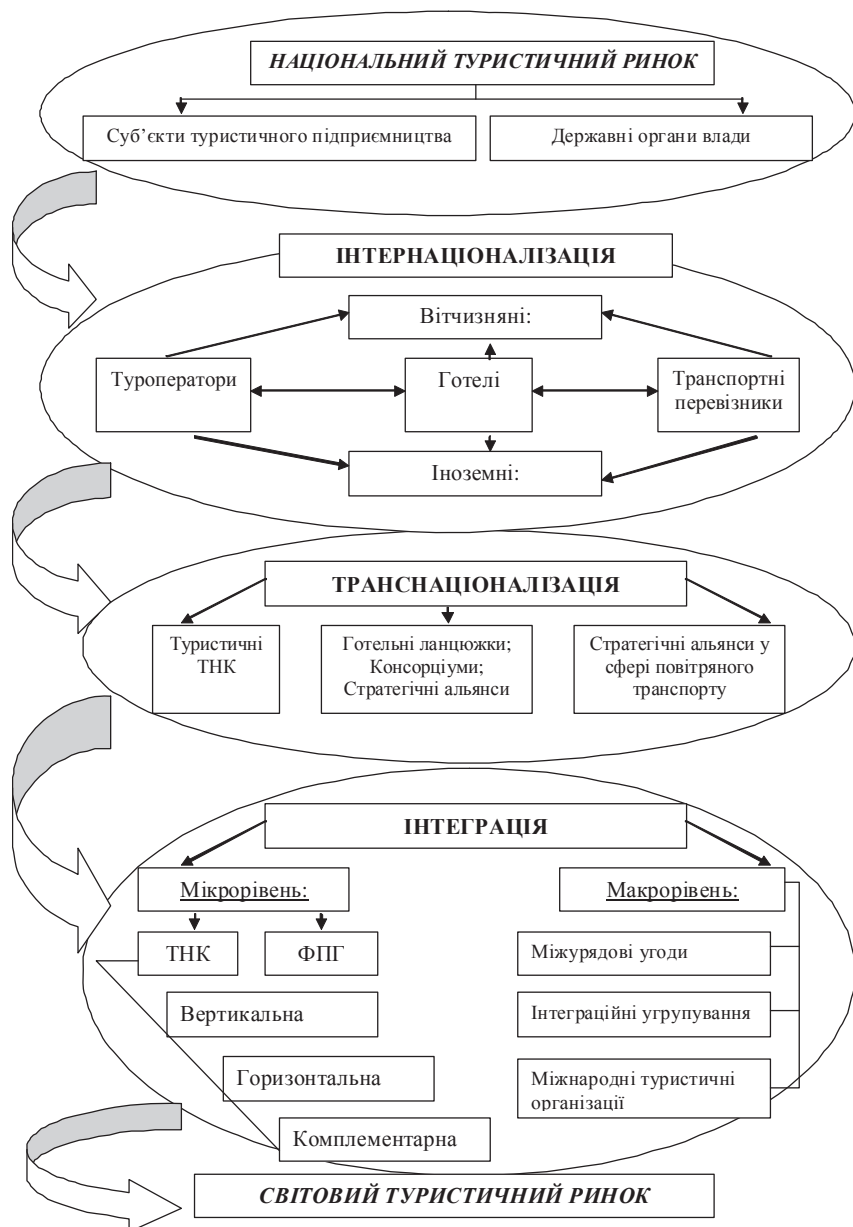


Рис. 1. Напрями оптимізації участі Болгарії та України на світовому ринку туристичних послуг

співробітництва, метою якої є формування в їх межах робочих груп по туризму. Реалізуючи положення укладених міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму, повинні створюватися міжвідомчі робочі групи по туризму, регулярно проводяться їх засідання з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів активізації туристських обмінів.

Співробітництво у сфері туризму в Болгарії та Україні також відбувається на рівні інтеграційних угруповань. Основними напрямками такого співробітництва виступають наступні:

- розробка спільних концепцій розвитку туризму в регіонах та довготермінових програм розвитку туризму;
- розвиток єдиного інформаційного простору;
- створення централізованих ту-

ристичних банків даних, які повинні охоплювати нормативно-правову базу, інформацію про туристські потоки, заклади розміщення туристів, візовий режим для туристських груп, інформацію про діяльність туристичних агентств, транспортну інфраструктуру та приблизну вартість туристичних послуг;

- видання періодичної літератури, що буде популяризувати туристичні напрямки країн, що входять до інтеграційного угруповання;
- технічна та технологічна кооперація;
- дослідження ринку;
- стандартизація якості послуг;
- спрощення візових, прикордонних та митних формальностей;
- лібералізація торгівлі туристичними послугами;
- безпека туристів;
- узгодженість законодавчої бази та цінової політики, приведення

у відповідність до світових стандартів і сертифікація матеріальної бази та туристичних послуг;

- впровадження навчальних програм та стажувань для спеціалістів туризму;
- оснащення міжнародних транспортних коридорів;
- фінансування міжнародних туристичних проектів;
- створення спільного турпродукту, міжнародних туристичних маршрутів;
- Участь єдиним стендом у міжнародних туристичних ярмарках, салонах, біржах, інших рекламно-інформаційних заходах на міжнародному рівні з метою просування спільного туристського продукту.

Невід'ємною складовою інтеграції Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг є поглиблення співпраці з іншими міжнародними органами в галузі туризму. Активізується співпраця з Європейським Союзом, Радою Європи, Радою держав Балтійського моря з питань визначення та реалізації світової туристичної політики, включення країн у перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС у сфері туризму, зокрема, в межах програми TACIS тощо.

Пріоритетним напрямом розвитку співробітництва з ЄС є забезпечення реалізації Угоди про партнерство та співробітництво між Європейським Союзом та Україною 1994 р., Стратегії інтеграції України до ЄС.

Членство в ЄС Болгарії відкрило великі можливості використання організаційно-фінансових механізмів цього органу для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі.

Позитивним аспектом є те, що Україна також прагне до вступу до ЄС. Зважаючи на це, через Спеціальне представництво України при ЄС Держтурадміністрацією (нині Державною службою туризму і курортів) подано заявку щодо включення України у перспективні програми співробітництва у сфері туризму, зокрема фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС. Це якісно вплинуло б на розбудову туристичної галузі України, сприяло б соціально-економічному та культурному розвитку України. Відбувається гармонізація законодавства України в галузі туризму з директивами та іншими актами ЄС. З метою адаптації законодавства України в галузі туризму до законодавства Європейського Союзу здійснюються офіційні переклади відповідних нормативно-правових актів. Крім того, розбудовується договірно-правова база двостороннього співробітництва з країнами ЄС. На теперішній час укладено 8 міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму з державами-членами ЄС, зокрема, з Грецією (1996 р.), Естонією (1994 р.), Латвією (2000 р.), Польщею (1994 р.),

Г
Л
О
Б
А
Л
І
З
А
Ц
І
Я

Р
Е
Г
І
О
Н
А
Л
І
З
А
Ц
І
Я

Словаччиною (2001 р.), Угорщиною (2001 р.), Фінляндією (2000 р.), Литвою (2004 р.), Австрією (2004 р.).

Українська сторона також зацікавлена щодо залучення технічної допомоги Україні з боку ЄС на реалізацію спільних проектів у галузі туризму (проведення досліджень стану туристичної інфраструктури транспортних коридорів (шляхової мережі, туристських потоків тощо) в рамках реалізації Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004 — 2010 роках, з подальшим можливим наданням технічної допомоги/грантів з боку ЄС, вироблення відповідних рекомендацій для залучення інвесторів, підготовка методологічних засад і техніко-економічних обґрунтувань спільних проектів з розбудови туристичної інфраструктури вздовж транспортних коридорів).

Болгарія та Україна співпрацюють в рамках членства у Всесвітній туристській організації (ВТО). Основними напрямками багатостороннього співробітництва країн — членів Всесвітньої туристської організації є питання глобальної координації туристичної діяльності, вироблення світової туристичної політики, узгодження статистичної методології.

Членство України у Всесвітній туристській організації створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку з залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинутих туристичних держав світу, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці з країнами-членами на всіх рівнях — двосторонньому, багатосторонньому, регіональному.

Перспективним напрямком розвитку міжнародного туристичного співробітництва є активне створення в Болгарії недержавних громадських туристичних організацій, а саме асоціацій по різних напрямках туристичної діяльності (турагентства, туроператори, виставкові організації, підприємства готельного господарства, туристичні видання, учбові заклади тощо), їх входження у світові об'єднання, міжнародні організації та асоціації різного спрямування. Результатом має стати запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг, розвиток рекламної діяльності та бізнесових партнерських стосунків.

Для інтеграції регіонів Болгарії у світовий ринок туристичних послуг потрібні цілеспрямовані комплексні дії, що потребують значних коштів. Але деякі заходи слід вживати саме зараз:

- підготовка та розповсюдження базового пакету туристичного ринку регіонів України;

- проведення рекламних кампаній у вітчизняній та зарубіжній

пресі, на радіо і телебаченні з метою позиціонування туристичних можливостей регіонів Болгарії;

- активна участь туристичних підприємств регіонів країни у міжнародних туристичних виставках і ярмарках;

- створення й підтримка у межах глобальної світової інформаційної мережі WEB-сайту з постійно поновлюваною інформацією щодо туристичних пропозицій регіонів Болгарії.

З метою забезпечення інтеграції України до світового туристичного ринку, покращення просування національного турпродукту на світовому ринку, проведення широкомасштабної та комплексної реклами туристичного потенціалу, залучення туристів до країни, підвищення іміджу та авторитету України в туристичному світі, її інтеграції в європейське співтовариство, розвитку національної економіки, ефективного використання туристичних ресурсів, створення інфраструктури, включення у світовий інформаційний простір можна виділити наступні заходи із розширення міжнародного туристичного співробітництва. По-перше, потребує вдосконалення договірної та правової бази зовнішніх відносин. При укладанні угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму перевага повинна надаватися встановленню договірних відносин з країнами, які є перспективними туристичними ринками для України, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, організаційних засад функціонування високопродуктивної туристичної індустрії країн розвинутого туризму, прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі. Окрім укладання та реалізації договорів щодо безвізових пересувань туристів, збільшенню обсягів туристських обмінів сприяло б запровадження гнучкої візової політики, спрощення консульських формальностей щодо надання в'їзних віз в Україну, зниження вартості віз для країн, що є головними генеруючими туристичними ринками. Важливим кроком для збільшення турпотоків у державах колишнього СРСР може стати запровадження єдиної туристичної візи для в'їзду до країн СНД, що сприяло б відродженню спільного турпродукту — так званих туристичних "трикутників" і наскрізних маршрутів по цих країнах, що користувалися б попитом і відповідали б міжнародним стандартам. Успіх таких продуктів полягає у їх "безшовності" — відсутності обмежувальних розділювальних формальностей (візових, прикордонних, митних тощо); це відноситься, наприклад, до такого популярного турпродукту, як "трикутник" Москва — Київ — Санкт-Петербург.

Болгарському та українському уряду слід також активізувати співробітництво у складі спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо із країнами, з яки-

ми створена правова база про співробітництво, формування в їх складі робочих груп з туризму з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів збільшення обсягів туристських обмінів.

Слід підкреслити, що розвиток туристичної галузі Болгарії не є лише загальнодержавною справою. Місцеві та регіональні органи влади мають проявляти більше ініціативи у сфері ефективного використання туристичного потенціалу, забезпечити саморозвиток туристичної галузі, усвідомлюючи важливість розширення міжнародних зв'язків, розбудови міжнародної договірної бази. Зарубіжний досвід свідчить про неухильну децентралізацію, підвищення ролі місцевих органів влади у розвитку туристичних регіонів багатьох країн, а також про перспективність транскордонного співробітництва у галузі туризму. Перспективність транскордонного туристичного співробітництва пояснюється тим фактом, що прикордонні території здебільшого мають значну кількість туристично-рекреаційних ресурсів та культурно-історичних пам'яток, пов'язаних із спільним історичним минулим. Реалізація транскордонних проектів у сфері туризму та рекреації на західному кордоні дає можливість залучити кошти зі структурних фондів Європейського Союзу [2].

Стратегічною метою розвитку туристичного співробітництва Болгарії та України в рамках зазначених міжнародних регіональних органів є забезпечення національних інтересів у глобалізаційних та інтеграційних процесах європейського туристичного ринку через участь у створенні єдиного туристичного простору Євроregionу як зони вільної торгівлі турпослугами та свободи туристського руху, ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристських потоків, розробку спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць, насамперед, міжнародних туристичних маршрутів, таких як "Туризм Шовковим шляхом", а також по рекреаційних зонах Чорноморського узбережжя, річок Дунай та Дніпро, спільне просування турпродукту на міжнародному ринку з метою збільшення обсягів туристських обмінів, підвищення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн.

Таким чином, Болгарії та Україні як країнам із значними туристичними можливостями слід розробити і впровадити ефективну стратегію, яка повинна ґрунтуватися на покращенні та диверсифікації туристського продукту, розвивати регіональний туристський маркетинговий продукт для світового ринку та посилити кооперацію між туроператорами та турагентами з інших країн, що призведе до формування конкурентоздатного національного турпродукту.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2009 р.