

УДК 338.48

О.В. Басюк, Ю.О. Наврозова

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УМОВАХ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

В статті розглянута еволюція туристичної індустрії, визначено роль туризму на етапі формування нової економіки та основні тенденції його розвитку, сформульовані стратегічні цілі регіонів України щодо розвитку туристичної галузі.

Ключові слова: туристична галузь, туризм, нова економіка, інформаційні технології.

В статье рассмотрена эволюция туристической индустрии, определены роль туризма на этапе формирования новой экономики и основные тенденции его развития, сформулированы стратегические цели регионов Украины относительно развития туристической отрасли.

Ключевые слова: туристическая отрасль, туризм, новая экономика, информационные технологии.

Tourist industry behaves to the services sector. As well as technologies and mobility, tourism is major motive force of new socio-economical model.

The questions appears before the tourist regions of Ukraine: whether they can compete with world tourist brands, what distinguishing features of tourist regions, how it is possible to promote the attractiveness of every region, whether it can in the conditions of forming of new economy to give the Ukraine regions different services, except for traditional tourism.

The research tasks are determination of tourism role on the stage of new economy and basic its progress trends.

In our modern civilization tourism develops under act of innovative, information technologies (simple, universal credit cards, electronic fund transfer instant credit, global systems of reserving).

© Басюк О.В., Наврозова Ю.О., 2013

To the basic tendencies, that characteristic for the tourism development in the conditions of new economy, belong:

- a buyer's market dominates, and travel agencies work in a permanent international competition system, which causes a narrow margin of profit;

- decrease of agent's meaning, especially travel agencies.

Delivers try to reach a client individually (Internet, telemarketing)

- development of untraditional types of tourism (cultural, sporting, ecological, educational, religious and others);

- liberalisation in the field of international travelling.

By the strategic aims of the development of tourist industry in Ukraine regions must be:

1) strengthening of orientation of regions is on development of tourist industry;

2) support of ecological firmness and safety;

3) creation of environment which is instrumental in innovations and investments for them;

4) strengthening of co-operation between the participants of tourism markets, knowledges, innovations and information;

5) support of process of clusterization is in the spheres of tourism, knowledges, innovations and information;

6) development of human capital for tourism, knowledges, innovations and information.

One of strategic aims of development of tourism in the Ukraine regions certainly support of ecofriendliness and safety of environment, which foresees development of alternative tourism, that possibly due to strategic geographical position, natural resources, unique traditions and riches, a cultural and historical inheritance.

Keywords: *tourist industry, tourism, new economy, information technologies.*

Постановка проблеми. Хоча реальний сектор залишається основою сучасної економіки, рівень продуктивності в ньому визначається вже інформаційно-комунікаційною сферою і сферою послуг [1]. Туристична індустрія відноситься до

сфери послуг. Як і технології та мобільність, туризм є найважливішою рушійною силою нової соціально-економічної моделі. У 1950 році інші країни відвідали 25 млн. туристів. Торік їх число досягло одного мільярда: за один рік мільярд міжнародних туристів зробили подорожі в світі. Ще близько п'яти мільярдів подорожували у власних країн. За прогнозами ЮНВТО це число продовжуватиме зростати і до 2030 р., як передбачається, 1,8 млрд. міжнародних туристів [2].

Ці туристи забезпечують більше 1 трильйона дол. США надходжень від експорту відвідуваних ними країн, що складає близько 6% світового експорту товарів і послуг або 30 % від загального об'єму такого експорту, якщо враховувати лише послуги. Одне з кожних 12 робочих місць в світі пов'язано з сектором туризму.

Перед Україною взагалі та окремими регіонами зокрема постає ряд питань: чи можуть вони конкурувати зі світовими туристичними брендами, які відмінні риси туристичних регіонів, яким чином можна підвищити привабливість кожного регіону, чи може в умовах формування нової економіки регіони України надавати різноманітні послуги, окрім традиційного туризму.

Огляд останніх досліджень та публікацій. Нову економіку регіону визначимо як економічну систему, яка у своєму розвитку орієнтується на нові знання, інноваційну та інформаційну системи, забезпечуючи стійкість і цілісність його розвитку. Іншими словами, нова економіка – це постіндустріальна економіка + знання + інновації + інформація. По-перше, нова економіка регіону – це економіка знань, у якій знання та наука відіграють вирішальну роль як чинник виробництва. По-друге, нова економіка регіону є інноваційною, оскільки в ній генерується безперервний потік нововведень, які відповідають динамічно мінливим потребам суспільства. По-третє, регіони досягнуть економічного розквіту через створення інформаційної мережевої економіки, використовуючи Інтернет як нову інфраструктуру [3].

До галузей нової економіки регіону належать високотехнологічні та наукоємні галузі, які, як правило, виникають на підставі використання результатів фундаментальних і прикладних наукових досліджень, створення інноваційної інфраструктури регіону тощо.

Взаємний вплив туризму і економіки підкреслює Квартальнов В.А., визнаючи туризм – категорія, яка відчуває сильний вплив економіки і, крім цього, як явище, визначається дуалізмом внутрішньої природи [4].

Закон України «Про туризм» визначає поняття «туризм» таким чином: туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [5].

Системний підхід у визначенні туризму характеризує його, перш за все, як соціально-економічне явище у всьому різноманітті його внутрішнього вмісту, властивостей і відношень. Початок даному підходу поклала концепція, відома як «генеральна теорія туризму В. Хунцикера, – К. Крапфа», в якій туризм визначається як «сукупність відносин, що є результатом пересування людей і перебування за межами місця їх мешкання до тих пір, поки перебування не переходить в постійне місце проживання і не пов'язане із здобуттям доходу» [6]. Розвитком даного підходу є визначення туризму, яке дане віце-президентом Академії туризму Російської Федерації Азаром В.І., – «велика економічна система зі всілякими зв'язками між окремими елементами в рамках, як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством в цілому» [7. С.8].

Завдання дослідження. До завдання дослідження відноситься визначення ролі туризму на етапі формування нової економіки та основних тенденцій його розвитку.

Основний матеріал дослідження. Генеральний секретар всесвітньої туристичної організації Талеб Ріфаї назвав п'ять основних причин, по яких туризм буде стратегічною опорою будь-якого дійсно стійкого економічного майбутнього:

1) за темпами створення робочих місць сектор туризму випереджає багато інших секторів. Туризм створює матеріальні блага і робочі місця не лише в туризмі, але і в інших секторах;

2) туризм – один з найбільш життєздатних економічних секторів: темпи зростання відновлення попиту в міжнародному туризмі завжди були вищі середніх;

3) туризм сприяє скороченню масштабів бідності і підтримує розвиток: забезпечує 45 % експорту країн, що розвиваються;

4) туризм вносить основний вклад в створення більш екологічно стійкої економіки: при належному інвестуванні туризм може бути провідним чинником перетворень в процесі переходу до «зеленої» економіки;

5) туризм може сприяти зміцненню світу і взаєморозумінню в світі. Зростаюче політичне визнання – ключова умова для використання потенціалу туризму в стимулюванні зростання економіки [8].

На даний час глобалізація міжнародного туризму перетворилась в одну з ключових його характеристик, якісно новий етап розвитку туристичного ринку, що в цілому відповідає умовам світового господарства.

Стрімкий розвиток технологій, розповсюдження авіатранспорту, здешевлення міжнародної телефонної та поява електронних засобів зв'язку призвели до популяризації міжнародних подорожей та зростанню туристичних потоків в країнах Заходу [9].

Еволюційний розвиток туристичної галузі проілюструємо в таблиці.

До основних тенденцій, що характерні для розвитку туризму в умовах нової економіки, відносяться:

- перевага «ринку покупця», туристичні агенції працюють в умовах жорсткої міжнародної конкуренції, що знижає прибутковість;

- лібералізація міжнародного туризму;

- при виборі шляхів розвитку туризму врахування не тільки економічних, а й екологічних, соціальних та інших факторів;

- зменшення ролі туристичних агентів, клієнт отримує послугу індивідуально за допомогою Інтернету, телемаркету;

- різноманіття та індивідуалізація туристичної продукції, активізація спеціальних пропозицій;

- розвиток нетрадиційних видів туризму (культурного, спортивного, екологічного, освітнього, релігійного тощо);

- зростання маркетингової діяльності з посиленням активності на обраних сегментах ринку;

- гнучкість діяльності туристичних фірм, що можливо за рахунок інформаційних технологій;

- підсилення ролі людського капіталу як окремого напрямку інвестицій.

Стратегічними цілями регіонів України щодо розвитку туристичної галузі повинні бути:

1) укріплення орієнтації регіонів на розвиток туристичної галузі;

2) підтримка екологічної стійкості та безпеки;

3) створення середовища, що сприяє інноваціям та інвестиціям у них;

4) посилення взаємодії між учасниками ринків туризму, знань, інновацій та інформації;

5) підтримка процесу кластеризації у сферах туризму, знань, інновацій та інформації;

6) розвиток людського капіталу у сферах туризму, знань, інновацій та інформації.

Таблиця

Еволюція туристичної індустрії

Параметри	1929	1949	1969	1989	2009
Транспортні засоби	Повітряний – «Шлях Мухомор» (16 пас.), Ford Trimotor (8 пас.), Залізничний – 60-70 миль год. Авто – 35 миль год. Морський – 25 миль год.	Авіалайнери De Havilland Comet, TU-104 (960 км год.) Пік розвитку залізничних подорожей, дизель-, електричних (160 км год.) Зростання подорожей на автобусах Авто – 60 миль год.	Воєнні 700, 747, Електра Залізничний – 100-300 км год. Авто – 80 миль год. Комфортабельність Круїзне судно – Queen Elizabeth 2 (1892 пас.)	Назвукові літаки Конкорд Залізничний – 100-300 км год. Авто – 80 миль год.	Воєнні 787, Airbus 350 Залізничний – 200-400 км год. Авто – 100 миль год. Морський – Queen Mary 2, "Oasis Of The Seas" (6296 пас.)
Місія / призначення / доступність	Тільки необхідні місія призначення, які необхідні для туристів, так і для бізнесменів	Подорожі на великій відстані, в межах континенту (СРСР, США), обмежені закордонні подорожі	Перевалюю компаніальні подорожі, достатнє зростання закордонних подорожей	Закордонні подорожі можливі для більшості людей. Випартий новий ділазав міськ призначення	Часті подорожі на сотні і навіть тисячі миль
Зручність, комфортність	Дуже обмежена, але комфортність та доступність за високу ціну	Розвивається: прокат автомобілів, зручні готелі	Простота та зручність, кредитні картки, банкомати, покращена обробка вантажів	Інновації: універсальні кредитні картки	Інновації: Блага по системі гоош-фо-гоош, електронні квитки
Інформація і резервування, необхідний час	По пошті чи через вивільнення перевізника чи туриста, від тижнів до годин	За телефоном, від години до хвилини	За телефоном чи комп'ютером (від хвилини до секунди)	За комп'ютером / телефоном (секунди)	Глобальні системи бронювання та резервування: AMADEUS, GALILEO, SABRE, WORLDSPAN
Подорожі / туризм, дозволя	Частково дозволя, дорога подорож, вивільнення ролічів	Більше дозволя, дешева подорож, доступні для багатьох	Туристичний бум, похвалена бізнесу, спеціалізований туризм	Зростання туристичної активності, нові варіанти дозволя, пріоритет дозволятих подорожей перел діловим	Продовжується зростання туристичного бізнесу, конкуренція між вкладами туризму
Подорожі / туризм та економічне зростання	Економічний розвиток, зростання туризму	Кінець війни, початок нового економічного зростання, нова ера туризму	Зростання туризму і подорожей влітку / попереднім періодом	Туризм – спосіб життя	Темп зростання ділових подорожей нижче економічного зростання, тоді як туристичні подорожі в 1,5-2 рази його перевищують

Перший напрямок передбачає стимулювання розвитку туристичних послуг на базі розвитку нових технологій та інформації (телекомунікації, науково-дослідна і науково-технічна діяльність, фінансові послуги).

Крім того, сучасні інформаційні технології є горизонтальною інфраструктурою, яка підтримує функціонування туристичної галузі регіону та суспільного життя, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність і продуктивність праці в регіоні. Ефективність використання інформаційних технологій у сус-пільному житті прискорює інноваційні процеси, допомагає розвитку віддалених районів і відсталих районів завдяки соціальній інтеграції людей похилого віку, інвалідів, яких забезпечують новими робочими місцями та послугами.

Підтримка екологічності та безпеки навколишнього середовища передбачає розвиток альтернативного туризму, що можливо завдяки стратегічному географічному положенню, природним ресурсам, унікальним традиціям і багатствам культурно-історичній спадщині. Сучасною формою альтернативного туризму можна розглядати яхтовий, сільський, гірський, тематичний (релігійний, етнічний, традиційна кухня) тощо.

Створення середовища, що сприяє розвитку туристичної галузі на базі використання знань, інновацій та інформації передбачає збільшення фінансування в зазначені сфери діяльності. Інноваційне виробництво є високоризиковим, що потребує створення фондів ризикового фінансування (венчурних), мереж бізнес-яголів, програм фінансування знову створених високотехнологічних фірм, а також регіонального фонду, який буде відповідати за фінансування організацій чи їх мереж, що функціонують в регіоні. Оскільки інноваційну активність підвищують кваліфікація і мобільність персоналу, впровадження практики, варто підкріплювати дослідну активність, насамперед малих та середніх підприємств.

Посилення взаємодії між учасниками регіональної інноваційної системи проявляється в поглибленні зв'язків наука – бізнес, що передбачає створення інституціональних умов

інтеграційної політики для підсилення туристичної активності. Передбачається участь представників економічної, політичної, фінансової, соціальної еліти у визначенні пріоритетів розвитку. Регіональний аспект дозволяє виробити механізми кооперації між бізнесом і університетами на взаємовигідній основі. Вона може проявлятися в різних суспільних (національних, міжнародних) програмах, навчальних програмах підвищення кваліфікації, договорах зі студентами на проходження стажування, надання стипендій та працевлаштування. Для більш повного використання потенціалу сучасних ВНЗ і НДІ необхідно виробити відповідні законодавчі межі.

Посилення процесу кластеризації в туристичній галузі може проходити в такій послідовності: аналіз потенціалу регіону щодо створення подібних кластерів, підвищення готовності бізнесу до участі в кластерах, організації допомоги регіональної влади новим кластерним формуванням. В останні роки національна і регіональна економічна політика багатьох європейських країн орієнтована на використання кластерного підходу. Визначення пріоритетних галузей, у яких можуть створюватися регіональні інноваційні кластери, є одним з основних завдань нової регіональної політики. Кластерна політика вимагає пошуку можливостей щодо взаємодії державного і приватного секторів у межах здійснення політики регіонального розвитку. Участь в туристичних кластерах сприятиме інтенсивному обміну технологічними знаннями, збільшенню загальної ресурсної бази, розробці спільної стратегії зі створення нових та вдосконалення існуючих продукції, послуг. Для створення кластерів необхідно сприятливе середовище. Практика країн ЄС свідчить, що створення спеціальних умов для договірних відносин між потенційними учасниками в таких формуваннях, поки вони не стануть системою, яка сама себе підтримує, має вирішальне значення для успіху. Комплекс таких заходів може включати: ініціювання відносин в кластерній мережі через посередницьку роль галузевих чи професійних асоціацій; надання технологічної

інформації та людського капіталу відповідно до специфіки діяльності кластерів тощо.

Розвиток людського капіталу через створення інноваційної культури передбачає впровадження до навчальних програм курсів із підприємництва та інноваційного менеджменту, розповсюдження програм з підвищення кваліфікації, більш широке використання ІКТ в освіті. Підсилення підприємницьких акцентів передбачає проведення інформаційних днів з навчання сутності та ролі інновацій, підтримку впровадження бізнес-практики в сфері інноваційного менеджменту. Підготовка спеціалістів у сфері туризму може здійснюватися як в освітніх закладах, так і ланках, що функціонують на ринку праці – внз, бюро з працевлаштування, посередницькі та консультативні агенції, Міністерство культури та туризму України, Міністерство науки та освіти України, Міністерство праці та соціальної політики України.

Висновки. В статті розглянуто еволюцію розвитку туризму та відокремлені основні етапи. На сучасному етапі туризм розвивається під впливом інноваційних, інформаційних технологій (електронні квитки, глобальні системи бронювання та резервування тощо).

Однією з стратегічних цілей розвитку туризму в регіонах України визначено підтримку екологічності та безпеки навколишнього середовища, яка передбачає розвиток альтернативного туризму, що можливо завдяки стратегічному географічному положенню, природним ресурсам, унікальним традиціям і багатствам культурно-історичній спадщині.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зверяков М. І. Сучасна економіка як об'єкт економічної теорії: Монографія / М. І. Зверяков. – Одеса: Пальміра, 2008. – 184 с.
2. Талеб Рифаи. Туризм в епоху нової «Нової економіки» / Талеб Рифаи // Брифінг во время завтрака на Форумі організації «Новое общество» (Nueva Sociedad). – Мадрид, Іспанія, – 2013. – 12 с.
3. Басюк О.В. Економіко-організаційні основи формування та нарощення потенціалу нової економіки регіонів України: Дис. ... канд.економ.наук: 08.00.05 / Басюк Ольга Василівна // ПНТУ імені Юрія Кондратюка МОНМСУ. – Одеса, 2012. – 336 с.
4. Квартальнов В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2002. – 320 с.
5. Закон України «Про туризм» зі змінами та доповненнями від 18.11.2003 року № 1281-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15>.
6. Hunziker W. Social tourism, its nature and problems. Geneva: Aliance International de Turisme / W. Hunziker, 1951. – 215 p.
7. Азар В.И. Экономика и организация международного туризма / Азар В.И. – М.: Экономика, 1984. – 184 с.
8. Талеб Рифаи. Туризм в епоху нової «Нової економіки» / Талеб Рифаи // Брифінг во время завтрака на Форумі організації «Новое общество» (Nueva Sociedad). – Мадрид, Іспанія, – 2013. – 12 с.

9. Малахова Н.Н. *Інновації в туризмі і сервісі* / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 244 с.

Стаття надійшла до редакції 10.06.2013

Рецензенти:

доктор економічних наук, головний науковий співробітник відділу економіко-екологічних проблем приморських регіонів Інституту проблем ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України **Н.М. Андрєєва**

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою «Економічна теорія і кібернетика» Одеського національного морського університету **Г.С. Махуренко**