

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В статті проведено аналіз стратегічного розвитку туризму України та зроблено спробу побудови алгоритму сучасного підходу до управління туризмом в умовах глобалізації і виробленні на цій основі практичних рекомендацій щодо оптимізації подальшого розвитку національного ринку туристичних послуг.

Ключові слова: туристичний ринок, стратегія розвитку туризму, глобалізація, іпоказники розвитку туризму

В статье проведен анализ стратегического развития туризма Украины и сделана попытка построения алгоритма современного подхода к управлению туризмом в условиях глобализации и выработке на этой основе практических рекомендаций по оптимизации дальнейшего развития национального рынка туристических услуг.

Ключевые слова: туристический рынок, стратегия развития туризма, глобализация, іпоказники развития туризма

In the article the analysis of strategic development of tourism Of ukraine and the attempt to construct an algorithm of the modern approach to tourism management in the conditions of globalization and development on this basis of practical recommendations on optimization of the further development of the national market of tourist services.

Key words: tourist market, the strategy for tourism development, globalization, іпоказники tourism development.

Постановка проблеми. Важливим завданням національного туристичного ринку є визначення вектору інтеграції у світовий туристичний ринок за умов, що постійно змінюються. Як переконує світовий досвід, без належного аналізу основних проблем туристичної індустрії неможливо вибудувати чітку стратегію подальшого розвитку національного туристичного ринку, визначити основні чинники системного управління стратегічним розвитком туризму в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед авторів, які розглядають конкретні питання стратегічного розвитку ринку туристичних послуг, можна виділити Ю. Аванесова, А. Александрову, І. Балабанова, В. Бабарицьку, Н. Ващенко, А. Виноградську, В. Гуляєва, А. Добровольську, Г. Долматова, В. Євдокименка, Є. Єгорова, Р. Заблоцьку, Н. Кабушкіна, В. Квартальнова, А. Мазаракі, Н. Моїсєєву, Н. Никифорову, Б. Осадіна, І. Ополченова, Г. Папіряна, В. Сапрунову, В. Сеніна, В. Федорченка, В. Фомічева, А. Чудновського, В. Шмагіну, Г. Яковлєва. Проблемам функціонування та розвитку світової туристичної галузі присвячені досягнення таких іноземних учених, як Р. Бартон, П. Бернекер, А. Бул, Дж. Інгрем, Ф. Котлер, Ч. Робінсон, Л. Сміт, Г. Харріс, Дж. Холловей. В роботах зазначених авторів висвітлюються питання становлення та розвитку ринку туристичних послуг, його ролі в системі світової торгівлі, визначаються форми та види туризму, приділяється увага особливостям функціонування сучасної туристичної індустрії тощо. Проте питання стратегічного розвитку сфери туризму в умовах глобалізації ще не

знайшли достатнього відображення в літературі. До них можна віднести особливості формування конкурентних переваг у сфері міжнародного туристичного бізнесу та аналіз конкурентоспроможності національної туристичної індустрії, окремі аспекти організаційно-економічного забезпечення функціонування галузі, роль вартісних важелів у підвищенні кон'юнктури ринку туристичних послуг, формування належного іміджу при реалізації провідних напрямів розвитку сфери туристичного бізнесу в Україні.

Мета статті полягає у висвітленні результатів досліджень щодо особливостей стратегічного розвитку туристичної галузі України в умовах глобалізації, визначенні пріоритетних напрямів подальшого розвитку національного туризму.

Виклад основного матеріалу. Національна туристична галузь, інтегруючись в глобальне світове економічне середовище, потребує перегляду своїх макро- та мікропозицій з тим, щоб визначити набір чинників та обставин, які мають бути роглянуті в напрямку їхньої модернізації та адаптації до нових умов стратегічного характеру.

Наявність значних територій з унікальним кліматом, історико-культурного потенціалу та чисельних потужних центрів лікувально-профілактичного призначення ще не дає підстав для визначення позиції України на теренах туризму, як міцної у стратегічній та довгостроковій перспективі.

Національний туристичний продукт «має певним чином репрезентувати: або національну ідею, або ключові етапи національної історії, або неповторність (унікальність) природи, автентичність національної культури. Тобто мова йде про відбір (за ціннісними ознаками) туристичних ресурсів, які б репрезентували світові країну України» [1]. Отже, стратегія розвитку тісно кореспондується з іміджем країни, державним регулюванням та управлінською функцією.

Оцінка динаміки процесів обслуговування туристів в Україні вказує на ступінь інтегрованості національного туризму в світовий туристичний простір (таблиця 1).

Таблиця 1. Динаміка обслуговування туристів в Україні в 2005-2009 років [2]

Роки	Виїзний туристичний потік		В'їзний туристичний потік		Внутрішній туризм		Разом, тис. осіб	Приріст, всього, тис. осіб
	Всього, тис. осіб	Темпи приросту, %	Всього, тис. осіб	Темпи приросту, %	Всього, тис. осіб	Темпи приросту, %		
2005	566,9	-	326,4	-	932	-	1825,3	-
2006	868,2	53	299,1	- 8	1039	11	2206,3	381
2007	336,0	- 61,3	372,5	24,8	2155	107	2862,5	656,2
2008	1300	400	372,8	0.06	2200	2	3872,8	1010,3
2009	913,6	-29	282,3	-24	1100	-50	2300	-1572,8

У 2010 р. відбулося збільшення візного туристичного потоку на 2% та виїзного – на 12%. Головними чинниками, що зумовили зростання обсягів в'їзного туризму в Україні стали наступні заходи стратегічного характеру:

- прийняття низки документів щодо заохочення іноземного туризму, спрощення процедур перетину іноземними туристами українського кордону та умов їхнього перебування в Україні;
- активізація міжнародної рекламно-інформаційної діяльності з метою просування національного туристичного продукту на світовий ринок. Зокрема, проводяться міжнародні виставкові і науково-практичні заходи, такі як Міжнародний турсалон «Україна», що відбувається за підтримки Всесвітньої туристичної організації, Міжнародна конференція готельєрів і рестораторів «Індустрія гостинності» тощо;
- створення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів України. Заходи плановано проводити також через навчання і стажування у спеціалізованих навчальних закладах держав— членів ЄС тощо.

Це є тим більш позитивною тенденцією, що на 2010 р. з державного бюджету на розвиток культури і туризму було виділено коштів у розмірі 7963,5 тис. грн., що становить 0,0026% від всіх видатків Державного бюджету [3].

Але висновки про стан галузі туризму в Україні для повного відображення стану справ необхідно доповнити аналізом умов, в яких працюють суб'єкти туристичної діяльності. Тиск та бюрократія з боку держави, відверто слабка інфраструктура, низькі доходи переважної більшості населення України, політична нестабільність, відсутність фінансової підтримки з боку держави, міжнародний імідж України – все це і багато інших чинників непрямого впливу роблять роботу туроператорів та турагентств вкрай невірноваженою та нестабільною. Результати, які демонструють туроператори та турагентства в даних умовах є чи не найоптимальнішими. Якщо порівняти вищенаведені чинники з умовами, в яких функціоную туристична індустрія країн з найвищим рейтингом, стане зрозумілим настання того критичного стану, коли необхідно здійснити докорінні зміни.

Пожвавлення ситуації в туристичному секторі відбувається також за умови нищівного для іміджу країни рейтингу за економічними злочинами, за яким Україна посіла 6-те місце [4].

Недосконалими поки що залишаються інструменти аналізу динаміки туристичного ринку, як підґрунтя для формування та реалізації відповідних оперативних та стратегічних рішень. Сучасними інструментами для оцінки ринкового туристичного середовища є ситуаційний аналіз; бенчмаркінг, огляд конкурентних місць призначення; планування заходів з покращення ситуації, визначення ключових факторів успіху, достовірний облік відпочиваючих (за даними Державної служби туризму і курортів у 2009 році подорожуючих містами України було нараховано 1 млн. осіб, а фактично їх у декілька разів більше). Вирішальну

роль в цьому процесі відіграє вміння синтезувати результати аналізу за певними основними для туризму показниками.

Основними показниками, як індикаторами розвитку індустрії туризму, на нашу думку, слід вважати наступні: в'їзні потоки (кількість); виїзні потоки (кількість); внутрішні потоки (кількість); внутрішні видатки (млн. грн.); внутрішні доходи (млн. грн.); тенденції внутрішніх та зовнішніх потоків (кількість); співвідношення різних потоків між собою (кількість); зайнятість різних секторів в туризмі (кількість); туризм, як частка ВВП; конкурентоспроможність галузі; рентабельність галузі.

Для успішного синергетичного ефекту дослідження стану національного туризму та подолання світових деструктивних процесів в туристичному секторі економіки необхідно створити так звані творчі пошукові кластери з розвитку туризму та інтеграції України у глобалізоване соціально-економічне та історико-культурне середовище. Постає питання визначення внутрішніх та зовнішніх векторів туристичної розбудови, орієнтирів руху розвитку туризму в заданому напрямку, а також визначення механізмів як оптимізації даного процесу, так і мінімізації впливу деградаційних, кризових процесів на економіку та туризм країни.

Дискусійним сьогодні є питання стабільного стійкого розвитку галузі в частині впливу його складових на темпи розвитку продуктивних сил в цілому та туризму зокрема. На нашу думку, розглядаючи зовнішні та внутрішні чинники розвитку туризму слід оцінювати туристичний потенціал, як внутрішній основний чинник, в контексті відповідності його стійкому збалансованому розвитку, а динаміку змін кон'юнктури туризму в світі – з позиції розвитку нерівноважної системи, що, в свою чергу, є рушійною силою масштабних позитивних перетворень в галузі. Балансування, таким чином, відбувається між зовнішніми та внутрішніми впливами і їхнє співвідношення та реагування національного туризму на виклики стає чи не основним принципом, що впливає на успішне вирішення поставлених завдань.

Новий алгоритм стратегічного управління індустрією туризму має включати наступні елементи:

1) розробка принципово нової структури управління туризмом за підтримки держави, яка б здійснювала загальне керівництво туризмом в Україні в сегментах партнерства і співробітництва, маркетингових досліджень, управління туристичними заходами, управління розробкою та впровадженням стратегії розвитком туризму, швидкого просування інновацій в туризмі, використання зарубіжного досвіду;

2) створення потужних центрів з просування українського бренду в міжнародному масштабі – ярмарки, виставки, фестивалі, ЗМІ;

3) збір, обробка і поширення туристичної інформації – створення розгалуженої цілісної системи інформаційних центрів, які вже працюють у Львові, Києві, Одесі;

4) створення локальних систем самообслуговування туристів в усіх без винятку містах активного відпочинку вітчизняних та зарубіжних туристів;

5) професійна підготовка кадрів з туризму, що володіють широким набором інструментів діяльності в кризових умовах, організації та адаптації до поточної ситуації;

6) розробка гнучкої стратегічної позиції подальшого розвитку національного туризму з урахуванням зростаючого динамізму світових подій.

Необхідне створення спільними зусиллями держави та комерційних структур, задіяних в індустрії туризму України, унікального своєрідного бренду держави Україна, який було б визнано світовою спільнотою. На користь такої новації мають працювати такі аспекти як: природні надбання, відпочинок, протидія негативній рекламі, підвищення рівня безпеки туристів.

Отже, для подальшої розбудови індустрії туризму в Україні необхідно посилити роль іміджу нашої держави, у програмах стратегічного розвитку на державному рівні чітко встановити основні вектори модернізації туристичної галузі. Необхідно постійно проводити моніторинг міжнародного туристичного середовища на предмет зміни туристичної активності, появи нових напрямів та перспектив для своєчасного реагування національного туристичного ринку.

1. Любіцева О. Національний туристичний ринок: актуальні питання розбудови // Тенденції, проблеми та перспективи розвитку національного ринку туристичних послуг: регіональний аспект: Матеріали всеукраїнської наук. Конф. - Київ: Національний авіаційний університет, 2010. – С 8-12.

2. Статистичні матеріали Державної служби туризму і курортів // <http://www.tourism.gov.ua/PublicationsList.aspx?id=46>

3.. ЗАКОН УКРАЇНИ Про Державний бюджет України на 2010 рік від 27.04.2010 № 2154-VI// <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2154-17>

4. Світовий рейтинг України // <http://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/mirovoi-reiting-ukrainy-pervye-mesta-po-korruptcii-poslednie--po-razvitiu-60081>

УДК: 911.3:338.488(477.85)

Іванунік В.О.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ТА ТОРГІВЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ПОТРЕБ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ)

В статті проаналізовано сучасний рівень розвитку транспортної та торгівельної інфраструктури території Чернівецької області, як найбільш атрактивних складових рекреаційно-туристичної сфери. На сучасному етапі інтеграція туристичної галузі в суспільні відносини все більше проявляється у всебічному широко профільному розвитку транспортного комплексу та сфери торгівлі.