

### Стан та перспективи світової та національної сфер туризму в контексті людського розвитку

У статті досліджено сучасний стан ринку туристичних послуг в Україні з урахуванням світового досвіду, динаміку його розвитку, провідні напрямки підвищення конкурентоспроможності. Проаналізовано основні складові туристичної галузі, можливості підвищення їх ефективності на тлі зростання людського капіталу та мобільності населення країни.

**Ключові слова:** ринок туристичних послуг, конкурентоспроможність, туристична галузь, людський капітал, мобільність населення, людський розвиток.

Сучасний туризм – це не тільки вагома складова світового господарства і важливий чинник розвитку національних економік, що набуває значного динамізму на тлі зростання мобільності населення внаслідок поширення глобалізаційних процесів. Туризм сьогодні – це й механізм прискорення людського розвитку, оскільки він має потужний потенціал для підсилення пізнавально-освітньої, рекреаційно-оздоровчої та суспільно-комунікативної діяльності людини. При цьому треба брати до уваги постійне підвищення рівня та якості життя, власного людського потенціалу сучасної особистості, які створюють сприятливі можливості для задоволення потреб у культурно-пізнавальному розвитку через користування послугами туристичного ринку. У такий спосіб формується сучасне новітнє соціо-культурне й еколого-економічне середовище, що сприяє оздоровленню людей, гармонізації взаємовідносин у суспільстві, відродженню національного мистецтва, збереженню історич-

ного спадку, розширенню пізнавально-освітнього поля, охорони довкілля тощо.

Крім того, туризм є надійним резервом зрушень у регіональній економіці через значну швидкість обертання капіталу, інвестиційну привабливість та прогнозовану окупність. Тому вже сьогодні у структурі світового експорту на міжнародний туризм припадає 6% загальної вартості світового експорту товарів і послуг, що відповідає четвертій позиції після торгівлі паливом, хімічною продукцією та транспортними засобами [1]. При цьому, за прогнозом Всесвітньої організації туризму при ООН (UNWTO), туристичні потоки до 2030 р. зберігатимуть позитивну динаміку як на традиційних, так і на нових напрямках (див. рис. 1), досягнувши тільки в Європі рівня у 744 млн. міжнародних прибуттів у порівнянні з 475 млн. у 2010 р. [2], що дає ґрунтовні підстави виділяти цю галузь в соціально-економічних стратегіях як перспективну для розвитку.

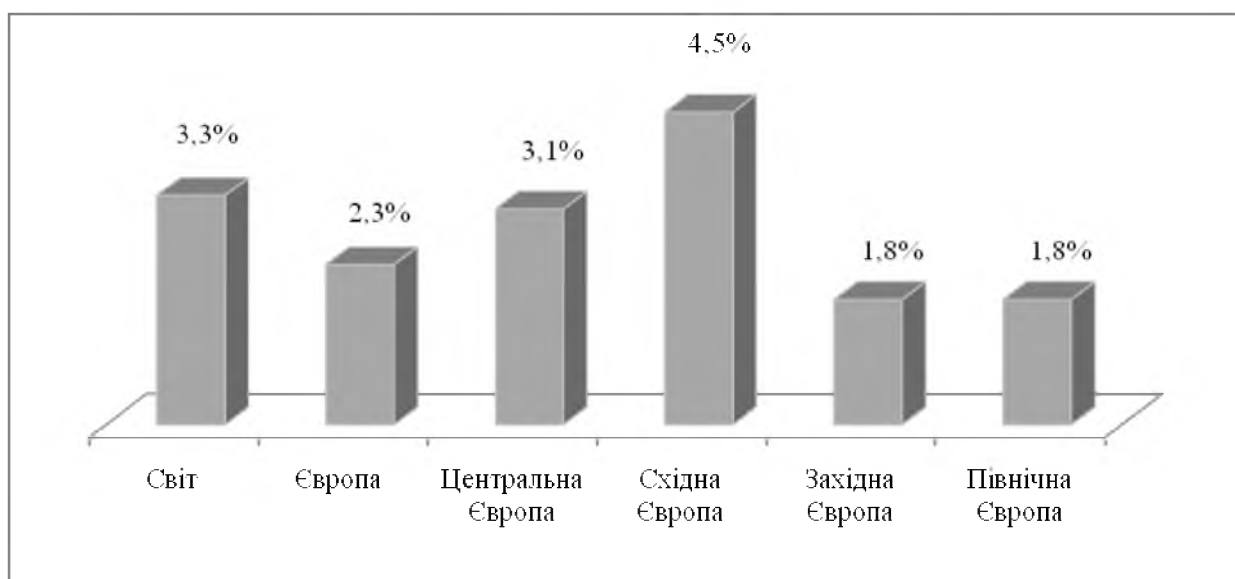


Рис. 1. Прогноз приросту щорічних міжнародних прибуттів на 2010–2030 рр.

До того ж, доцільно вважати туризм одним з надійних механізмів досягнення глобальних Цілей розвитку тисячоліття, встановлення соціального партнерства, зокрема через масштабні можливості ділового, пізнавального, рекреаційного, релігійного, спортивного його сегментів тощо.

Сучасні наукові дослідження туризму надають пріоритет прикладним розробкам проблем виявлення реального стану світового ринку туристичних послуг, визначення структури попиту та пропозиції, висвітлення провідних чинників виробництва туристичного продукту, шляхам трансформації світової індустрії туризму тощо.

Серед закордонних досліджень такої проблеми як маркетинг туризму варто відзначити праці Є. Альткорна, Б. Бермана, Р. Дж. Еванса, Н. Вудкока, М. Стоуна, А. Дайана. З-серед вітчизняних наукових розробок щодо ринку туристичних послуг найбільшою ґрунтовністю відрізняються праці Л. І. Гонтаржевської ("Ринок туристичних послуг України", 2008), Л. М. Шульгіної ("Маркетинг підприємств туристичного бізнесу", 2005), М. Борушак ("Стратегія розвитку туристичних регіонів", 2008), О. О. Любіцевої ("Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти", 2002). Плідно працюють над дослідженнями туристичного бізнесу Карсекін В. І., Долішній М. І., Євдокименко В. К., Павлов В. І., Шевчук Л. Т., Школа І. М., Мельниченко С. В., Герасименко В. Г., Свірідова Н. Д., Кавешников В. С., Твердохлебов І. Т. та ін.

Тому метою дослідження є аналіз сучасного стану ринку туристичних послуг України та його динаміки, виявлення головних шляхів підвищен-

ня конкурентоздатності цієї галузі у зв'язку з намаганнями як світового співтовариства, так і національних груп поживати людський розвиток.

У поняття ринку туристичних послуг зазвичай вкладають економічні відносини, що формуються навколо процесу купівлі-продажу туристичного товару та послуг з метою забезпечення його провідних функцій.

Для багатьох країн, зокрема для країн, що розвиваються, міжнародний туризм є одним з головних джерел грошових надходжень і основною складовою експорту, що забезпечує зростання зайнятості та надає можливості для розвитку галузей, які створюють умови для функціонування туристичного сектору. Туризм в цілому, як найбільш динамічний міжгалузевий комплекс, сприяє піднесенню транспорту й зв'язку, торгівлі й сільського господарства, будівництва й виробництва товарів народного споживання. Він поступово стає головним каталізатором соціально-економічного розвитку через збільшення його частки у світовому ВВП, загальному обсязі інвестицій, податкових надходженнях та споживчих витратах. Його бурхливий розвиток дає обґрунтовані підстави стверджувати, що ХХІ століття стає століттям туризму.

При короткотривалих сезонних коливаннях розвиток міжнародного туризму в світі характеризується високим темпом зростання. Так, у 2013 році зафіксовано нові рекорди його розвитку: кількість міжнародних туристичних прибуттів зростає на 79 млн. порівняно з 2012 р., сягнувши рівня у 1389 млн. подорожуючих (див. табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у 2008–2013 рр. [3]

Регіони	Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб						Ринкова частка, % у 2013 р.	Зміни, % 2013/2012 рр.
	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
Світ	903	1002	1123	1136	1310	1389	-	6,03
Європа	485	562,3	666	669,2	822	889	64,0	8,15
Америка	142,5	155	158,2	163	178,5	183,2	13,18	2,63
Азія	184,3	192,1	200,3	201,5	205	206,7	14,88	0,83
Близький Схід	47,6	48,2	51	52,9	54,1	56,6	4,07	4,62
Африка	44,4	45,1	48,2	50	53,3	54,1	3,89	1,50

За даними UNWTO, грошові надходження від міжнародного туризму зросли у 2013 р. на 12,03% порівняно з 2012 р. і склали 1282 млрд. дол. У всіх туристичних регіонах світу зафіксовано зростання надходжень від туристичної діяльності, причому найвищий приріст порівняно з 2012 р. спостерігався в Америці (+16,43%) та Європі (+14,46%) (див. табл. 2).

Динаміка грошових надходжень від міжнародного туризму у 2008–2013 рр. [4]

Регіони	Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб						Ринкова частка, % у 2013 р.	Зміни, % 2013/2012 рр.
	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
Світ	856	926	958	1050	1145	1282	-	12,03
Європа	433,4	455,1	460	522,3	612	700,5	54,61	14,46
Америка	171,1	194,9	188,3	194,1	200,3	233,2	18,18	16,43
Азія	188,9	195	200,5	205,1	210,2	222,1	17,31	5,66
Близький Схід	34,2	46,1	57,2	67,4	60,5	64,1	4,99	5,95
Африка	28,3	35,1	52	61,1	62	63,8	4,97	2,90

До провідних країн-лідерів щодо прийому туристів увійшли шість країн із групи економічно розвинутих країн, дві постсоціалістичні країни (Китай, Україна) та дві (Туреччина та Мексика) із групи країн, що розвиваються (див. табл. 3).

Таблиця 3

Перша десятка країн – лідерів з міжнародних туристичних прибуттів [4]

Місце	Країна	Прибуття, млн. осіб		Приріст, % 2013/2012 рр.	Ринкова частка у 2013 р., %
		2012	2013		
	Світ	645,5	796,2	23,35	-
1	Франція	111,3	120,1	7,91	15
2	Іспанія	98,2	100,2	2,04	12
3	США	91	95,2	4,62	12
4	Китай	82,3	86,1	4,62	11
5	Італія	80,1	82,4	2,87	10
6	Великобританія	72,4	72,5	0,14	9
7	Німеччина	61,2	62,1	1,47	8
8	Україна	52,1	60,4	15,93	7
9	Туреччина	51,1	59,2	15,85	7
10	Мексика	57,1	58	1,58	7

Доходи від туристичної галузі України в останні роки не мають стійкої тенденції. У 2012 р. вони склали 6,991 млрд. грн., що на 41,6% більше рівня 2011 р., при розширенні мережі туристичних фірм на 11,6% (до 5 347 од.). У 2013 р. доходи зменшилися на 2,4% до 6 497 млрд. грн., хоча мережа турфірм зросла на 6,5% (до приблизно 5,7 тис. од.). У 2014 р. нестабільна внутрішньополітична ситуація, роздмухування збройних конфліктів у Криму й південно-східній Україні спричиняють ще більш загрозливе падіння доходів галузі. Таким песимістичним прогнозам спроможна була б завадити доцільна й стійка мережа турфірм, але на сьогодні вона має такий склад: турагенти – 62,9%, туроператори – 31,1%, екскурсійні фірми – 4%, решта – 2% (у 2012 р. – 71%, 27%, 1,5% та 0,5% відповідно) [5].

Зрозуміло, що провідна роль у галузі повинна залишатися за туроператорами як оптовими про-

давцями й одночасно виробниками туристського продукту. Це спонукає їх до постійного інвестування у власний бізнес, зосередження зусиль на упорядкуванні саме організованого туризму, створення ефективної мережі збуту за напрямками їхньої діяльності.

Роздрібні турагенти, безумовно, відіграють значну роль у процесі реалізації туристичного продукту, але їхні можливості обмежені посередницькими функціями, незначним обігом капіталу та залежністю від кон'юнктури ринку й цінової політики туроператорів. До того ж, вони можуть вступати у ринкові відносини і як юридичні, і як фізичні особи. У 2013 р. доходи приватних підприємців склали лише 296,7 млн. грн. (4,6% від загальних доходів у галузі), проти 6,2 млрд. грн. доходів юридичних осіб (95,4%). Для порівняння, у 2012 р. сумарний дохід туроператорів і турагентів був на

рівні 86,4% (6,041 млрд. грн.) від загального доходу галузі.

Аналіз грошових надходжень та туристичних потоків свідчить, що туристичний сектор України, згідно з дослідженнями Всесвітньої ради подорожей та туризму, відстає від загальносвітових тенденцій за показником зайнятості, але випереджає їх за показниками частки доходів у ВВП та частки інвестицій у загальному обсязі інвестицій в економіку.

При цьому важливо враховувати дві головні тенденції на ринку туристичних послуг, які з'явилися останнім часом. Перша – розширення кола потенційних користувачів туристичних послуг. За прогнозами UNWTO, до 2020 р. 7% населення світу здійснять закордонні поїздки, що свідчить про великий потенціал міжнародного туризму. Друга тенденція – старіння осіб, що по-

дорожують. Це фізично міцні, мобільні споживачі, що володіють значним резервом вільного часу та купівельною здатністю й свідомо налаштовані на подорожі.

Туристична індустрія України та суміжні з нею галузі економіки уже в 2008 р. принесли 9,3% прибутків (або 85,1 млн. грн.) у ВВП, які дещо знизилися в 2009 р. У 2010–2013 рр. спостерігалось певне зростання частки туризму у ВВП України (рис. 2).

Аналогічна ситуація спостерігається у сфері інвестування туристичної галузі. Обсяги інвестицій туристичної індустрії у 2008 р. склали 45 млн. грн. (або 19,9% від загального обсягу), у 2009 р. – 38 млн. грн. (або 17,8%). У 2011 р. вони зросли через підготовку проведення чемпіонату Європи з футболу 2012 р., а в 2012–2013 рр. спостерігалось їх зменшення через ускладнення соціально-економічних проблем.

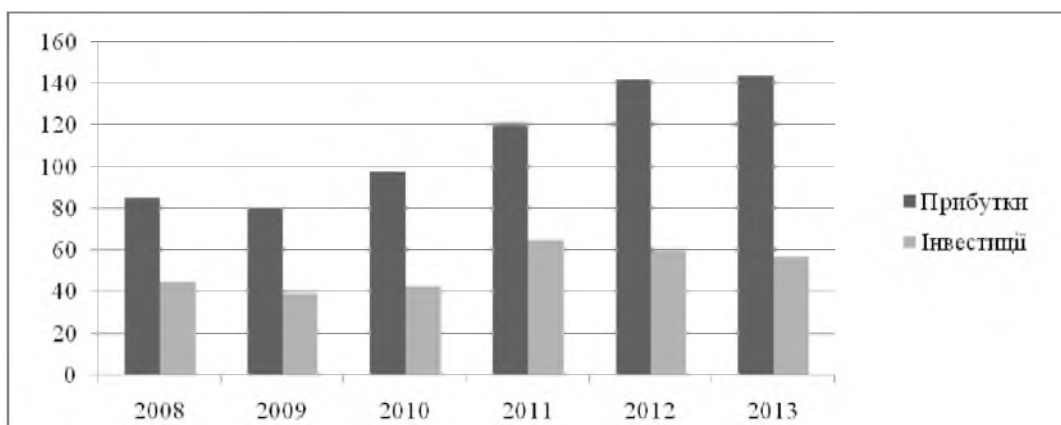


Рис. 2. Обсяги прибутків та інвестицій у туризм України у 2008–2013 рр., млн. грн. [6]

За даними UNWTO, частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4% та близько 0,9% – у загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності. Така значна розбіжність у структурі натуральних та грошових потоків свідчить про малу ефективність україн-

ської туристичної сфери та низький рівень використання наявних туристичних ресурсів.

Проте незважаючи на низку несприятливих чинників туристична галузь в Україні динамічно розвивається (рис. 3).

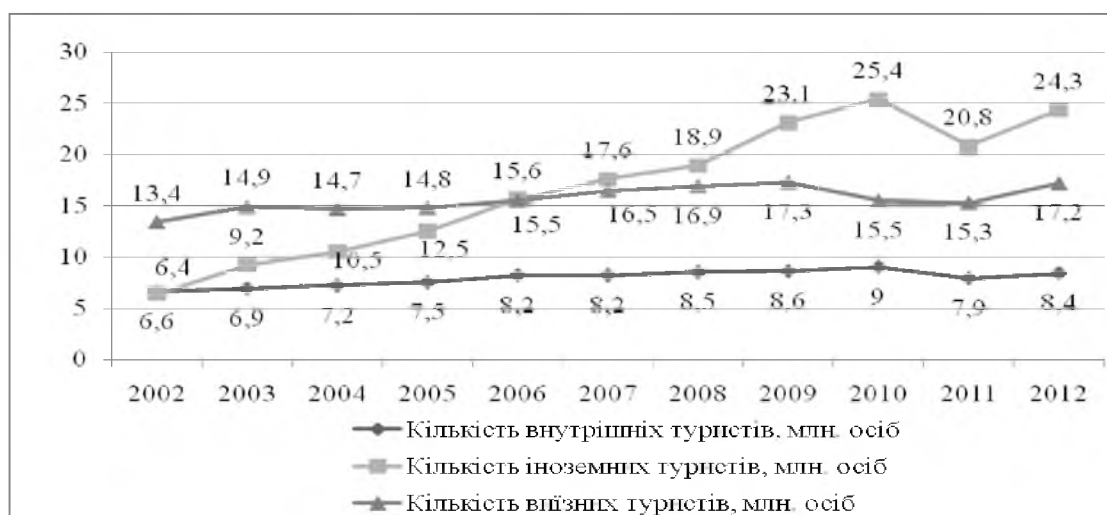


Рис. 3. Динаміка туристичних потоків в Україні у 2002–2012 рр., кількість туристів, млн. осіб [7]

Аналіз туристичних потоків в Україні доводить динамічний розвиток в'їзного туризму протягом останніх 10 років (середньорічний приріст становив 12,6%), відносно стабільний розвиток в'їзного туризму (середньорічний приріст – 3,8%) та стабільну динаміку внутрішніх потоків (2,7%), що може свідчити про підвищення рівня конкурентоздатності туристичної галузі України на міжнародній арені. Розвиток туристичної діяльності, в свою чергу, сприяв інвестиціям у галузь, які протягом 2002–2013 рр. зросли з 23 до 58 млн. грн., або у 2,5 разів, хоча більшість експертів [8] вважають, що туристична інфраструктура країни сьогодні розвинута недостатньо і морально застаріла.

Варто зосередити увагу на тому, що внутрішні туристичні потоки в Україні на 71,1% забезпечені в'їзним туристичним потоком і лише на 28,9% вітчизняними туристами, причому протягом 2002–2013 рр. частка внутрішніх туристів на ринку мала тенденцію до скорочення (скоротившись за цей період до 21% від загального внутрішнього туристичного потоку), що свідчить про прорахунки у формуванні стратегії внутрішнього туризму в Україні.

Отже, туристична галузь України має низку проблем, що гальмує її розвиток, але здатна до позитивних зрушень з довготривалою перспективою на тлі збільшення потоків міжнародного туризму. Поряд з цим, вона має високий потенціал щодо людського розвитку через спрацьовування механізмів соціального партнерства ділового, пізнавального, релігійного, спортивного туризму, формування новітнього соціо-культурного й еколого-економічного середовища.

Для України, як і для більшості країн, що розвиваються, туризм здатен стати надійним джерелом грошових надходжень, потужною складовою експорту, генератором збільшення зайнятості та основою модернізації суміжних галузей. Тому проблеми об'єктивного обліку грошових надходжень, туристичних потоків, напрямків інвестування, вдосконалення інфраструктури, збалансування соціальної й еколого-економічної доцільності використання рекреаційних ресурсів повинні стати основою розроблення стратегії динамічного розвитку вітчизняної туристичної галузі.

### Список використаних джерел

1. Андрощук Г. О. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Г. О. Андрощук, Б. Г. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. – К. : Парламентське видавництво, 2009. – 632 с.
2. Working Together in Europe – A Shared Leadership. UNWTO. Madrid. Spain. – 2014. – 116 p. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://dtxtg4w60xqpw.cloudfont.net/sites/all/files/pdf>.
3. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.travelmagnat.ru/obedineniya/vsemirnaya-turistskaya-organizaciya-unwto>.
4. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій UNWTO World Tourism Barometer, February 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unwto.org>.
5. Звіт про конкурентоспроможність України 2012 // Всесвітній Економічний Форум [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ssrd.org.ua/content/eng/libr/final\\_ukr\\_2009.pdf](http://ssrd.org.ua/content/eng/libr/final_ukr_2009.pdf).
6. Мазаракі А. А. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями та інерція змін / А. А. Мазаракі, Г. І. Михайліченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 510 с.
7. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>
8. Черниш О. І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні / О. І. Черниш, О. І. Дімова // Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – С. 208–213.