

Захандревич М.В., здобувач 4-го року підготовки,
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

Вінницький інститут Університету «Україна»

Науковий керівник: **Балахонова О.В.**, доктор економічних наук,
професор, професор кафедри бізнесу і права
Вінницький інститут Університету «Україна»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN OF UKRAINE TAKING INTO ACCOUNT CURRENT WORLD TRENDS

Анотація. У статті досліджено сутність та види міжнародного туризму, розглянуто основні галузі розвитку ринку міжнародного туризму, проаналізовано сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму, з'ясувалися причини розвитку туризму і фактори привабливості окремих держав, виявлено закономірності явища, туризму динаміку та тенденції в різних країнах, вирішені наукові обґрунтовані напрями проблем розвитку вітчизняної туристичної галузі, оцінка ефективності участі України в міжнародному туристичному бізнесі, розвиток перспективних видів туризму в Україні, перспективи туризму України як розвиток здоров'я та безпеки суспільства, стратегічні заходи щодо підвищення ефективності участі України в міжнародному туристичному бізнесі.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристична галузь України, рекреаційно-туристична сфера, міжгалузевий комплекс, світова економіка, міжнародна торгівля, економічне зростання.

Abstract. The article examines the nature and types of international tourism, considered the main areas of development of the international tourism market, analyzed current trends in international tourism, clarified the causes of tourism and the attractiveness of individual states, identified patterns, tourism dynamics and trends in different countries, solved scientific problems tourism industry, evaluation of the effectiveness of Ukraine's participation in the international tourism business development of promising types of tourism in Ukraine, prospects for tourism of Ukraine as the development of health and safety of society, strategic measures to increase the effectiveness of Ukraine's participation in international tourism business.

Key words: international tourism, tourist branch of Ukraine, recreational and tourist sphere, intersectoral complex, world economy, international trade, economic growth.

Постановка проблеми. Індустрія туризму, розвиваючись в умовах промислового середовища, сприятливого для світової економіки, приватного господарства та вільної торгівлі, позитивно впливає на підвищення ВВП держави і набула високої популярності у світовому господарстві. За масштабами прибутку індустрія туризму займає перші позиції в світовій економіці, випередивши міжнародну торгівлю автомобілями, продуктами харчування та технікою. Основою індустрії туризму, незважаючи на вплив сучасних тенденцій, залишається мале та середнє підприємництво, яке діє на основі високої конкуренції на ринку туристичних продуктів.

Україна об'єктивно має всі шанси для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатий природний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал. Але сьогодні в Україні майбутнє цієї важливої галузі економіки, яка, за підрахунками спеціалістів, щороку у вигляді податків могла би приносити в державний бюджет до 4 млрд дол. США. Причини такого становища є складна соціально-економічна ситуація в державі, відсутність механізмів стимулювання туристичної галузі, ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і на регіональному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням місця України на ринку міжнародного туризму займалися відомі вітчизняні вчені. Аспекти міжнародного туризму досліджували різні вчені. Можна виділити роботи А. Ліманського, А.О. Александрової, О.В. Вавілової, М.Е. Немоляєвої, Г.А. Панирян та інших. Немоляєва М.Е. та Хадорков Л.Ф. свою монографію присвятили аналізу розвитку міжнародного туризму у СРСР. Г.А. Панирян роз'яснює методіку формування ціни на міжнародному туристичному ринку, описує фактори, що на неї впливають, а також висвітлює основи міжнародного туристичного бізнесу. Д. Осипов торкається питання нових концепцій розвитку туризму. Лише А. Ліманський та Я. Ружковський досліджують міжнародний туризм з точки зору його динаміки, факторів, особливостей та тенденцій.

Теоретичні та методологічні питання глобалізації та трансформацій світових економік знайшли відображення в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як А.А. Стриженко,

А.Г. Коваленко, М.А. Плаксін, К.І. Рогозіна. Вивчення сучасного стану туристичної галузі проводилося багатьма вченими, зокрема він досліджувався в рамках таких інститутів, як Всесвітня торгова організація, Всесвітня торгова організація та інші проекти, покликані аналізувати стан цієї економічної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристичні зв'язки у міжнародних державних відносинах набувають все більшої популярності, а прибуток міжнародного туризму вже зараз є одних з найбільш значних частин "невидимого експорту". Поїздки в інші держави, на різні світові точки, стали для мільйонів осіб популярним способом проведення вільного часу.

Міжнародний туризм входить до трьох найбільших галузей, поступаючись нафтодобувній промисловості і автомобілебудуванню, питома вага яких в світовому експорті 11% і 8,6% відповідно. У багатьох країнах туризм є основним джерелом прибутків, а чисельність працівників досягла найвищих показників чисельності лише через туристичний бізнес.

Дохід з туристичної промисловості у світовому об'ємі становлять понад 500 мільярдів доларів США. Валова частка прибутку припадає на країни Західної Європи та США. Незважаючи на не стабільну економіку і військові суперечки у різних частинах світу, розвиток туризму триває, а Європа в топі континентів, який відвідує найбільше туристів. Половина світового прибутку з туризму присвоює Європа. Серед п'яти найпопулярніших туристичних країн світу першою є Франція, далі США, Іспанія, Італія, Австрія. Іноземний туризм часто виступає як опора у економічному балансі окремих країн. Як ціла складова усього бюджету так, в Австрії приблизно 80% дефіциту економіки покриває дохід від іноземного туризму що накопичується в цій країні щорічно за товари та послуги. В Італії надходження від іноземного туризму в державний бюджет збільшують позитивне сальдо платіжного балансу на 120-130%. У Швейцарії прибуток від іноземного туризму займає за

своїми розмірами третє місце після надходжень країни від продукції машинобудівної, хімічної та фармацевтичної промисловості.

У країнах Європи велику частину у промисловості займає туризм: в Іспанії – 4,3%, у Греції – 6,4%, країнах Центральної та Східної Європи – більш як 7,0%, Республіці Кіпр – 25% тощо. У ВВП України ця частка складає менше 1%. Співвідношення між іноземними туристами і туристами, які від'їжджають з України, складає 1:10, а для позитивного впливу співвідношення повинно бути 1:3.

У Міжнародному туризмі тенденція така, що найбільша кількість туристів у світі відвідує Європу – 74,2%, 16,7% подорожує Північною Америкою, 3,2 – Латинською Америкою, 3,4% приїздить на Близький Схід, 1,8% – в Африку, 1,7% – Азію та Австралію.

А грошовій валюті розподіляється наступним чином: у європейські країни – 62,4%, країни Північної Америки – 16,4%, Латинської Америки – 11,7%, африканські країни – 2,5%, Азію та Австралію – 4,5%, на Близький Схід – 2,5%. [4, с. 1]

У багатьох країнах світу дохід від іноземного туризму є основним джерелом отримання іноземної валюти. Окрім очевидних витрат на обслуговування, іноземні туристи витрачають кошти на придбання автомобілів, аудіо- і відеотехніки, сувенірів та інших товарів. Велику перевагу на економічний бюджет має і те, що гроші, залучені іноземними туристами, використовуються в економіці країни як засіб грошового обігу, так і, як засіб нагромадження. Так, за інформацією американських фахівців сума, отримана, наприклад, за обслуговування у готелі, витрачається таким чином: зарплата – 35-40%, адміністративні витрати – 7-10%, комісія турагентам – 5%, ремонт на утримання – 5-7%, податки – 10-12% і так далі, а кошти, отримані від продажу харчування, ідуть на купівлю продуктів – 35-37%, зарплату – 30-35%, страхування – 3-5%, повернення грошей кредиторам – 6% та ін.

Розвиток індустрії туризму та створення національного ринку туристичних послуг відображається на територіальній організації туристичного ринку країни процесами заповнення географічного простору і функціонування місцевих ринків і сприятиме подальшій структуризації території, територіальних ринків, що закріпиться процесами спеціалізації певних послуг. Представлені процеси повинні функціонувати у туристичній системі з головними координаторами туристичної сфери (міста Київ, Харків, Дніпропетровськ, Одеса, Львів) чіткою сформованими територіальними елементами географічної структури [2, с. 25-26].

Туризм, згідно Закону України «Про туризм» № 325/95-ВР від 15.09.95 (із змінами та доповненнями від 14.07.2020) (1995р.) визнаний одним з пріоритетних напрямків розвитку господарства країни, що надає державні поштовх на проведення функціональної, сучасної державної туристичної політики, спрямованої на розбудову індустрії туризму відповідно до європейських стандартів. Державну туристичну політику на ринках міжнародного та внутрішнього туризму формує Державна туристична адміністрація України шляхом заохочення інтересів державних і місцевих органів влади, комерційних та некомерційних організацій. Розбудовується структура підготовки кадрів для туризму.

З метою зниження соціально-економічного напруження в галузі і в суспільстві, необхідне впровадження державної соціальної сфери в туристичну галузь. Ураховуючи досвід державної підтримки розвитку соціального туризму радянських часів і зарубіжний, досвід Франції, Німеччини, представлено дієві механізми соціалізації туристичної галузі України:

- законодавчі – розробка та прийняття комплексної державної Програми розвитку соціального туризму в Україні, розрахованої на 10 років, основними етапами якої мають стати: прийняття законів України «Про соціальний туризм», «Про молодіжний та дитячий туризм», Концепції розвитку спеціалізованої туристичної інфраструктури (для інвалідів, родинного відпочинку, студентів тощо);
- забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених та багатодітних громадян та їх родин, у тому числі через розвиток спеціалізованої туристичної інфраструктури для відпочинку людей з обмеженими фізичними можливостями, тощо;
- створення дієвих механізмів для молоді та студентів, впровадження системи «культурних карток», (наприклад, введення знижок на тарифи на транспортні послуги для іноземних студентів, знижки на розміщення, харчування, страхування, туристичні послуги);
- сприяння розвитку сучасної структури мандрівок та супутніх послуг, розрахованих на потреби молодіжного туризму та культурного обміну (інформаційні служби, довідкова література, табори, хостели тощо). Пріоритетним напрямом може стати розбудова системи недорогих готелів – хостелів у туристичних центрах України;
- створення умов для сезонного працевлаштування молоді в туристичній галузі (сезонні біржі праці, сприяння залученню молоді до сезонних робіт та їх оплата тощо), системи пільг для студентів та молоді з метою участі в практиці та обмінних програмах (пільговий відсоток на кредит, невелика застава тощо);
- впровадження та популяризація міжнародної системи відпускних квитків для працівників комерційних підприємств, які потребують додаткового захисту, на зразок профспілкових туристичних путівок для працівників бюджетних установ;
- залучення до розвитку туризму органів місцевого самоврядування і заохочення підприємців до розвитку соціального туризму (наприклад, наданням певних податкових пільг, преференцій) [3, с. 26-29].

Ці механізми повинні стимулювати туристичний обмін культурою та молоддю різних країн світу й Україною, сприяти ефективному розвитку державної політики у туристичній сфері, створити привабливий імідж держави, зробити Україну відкритою для туристичних мандрівок для світового суспільства.

Туристична привабливість України обумовлена різноманітністю її ресурсів (Чорне та Азовське моря, Карпатські та Кримські гори, ліси, річки та озера, національні парки та історико-культурні пам'ятки тощо), розбудовою сфери туризму, особливо готельно-ресторанного бізнесу та санітарно-курортного комплексу. Географічна наближеність до основних лідерів туристичної сфери в Європі, наявність великої кількості транспортних зв'язків практично з усіма країнами континенту, спрощений візовий режим, зокрема для громадян країн ЄС, США, Канади, Австралії та Нової Зеландії покращили доступність національних туристичних послуг. Поки національним туристичним товаром на ринку міжнародного туризму є відпочинок, лікувальний, культурний та екскурсійний туризм. Прикладом цього є програма «Намісто Славутича» розроблена більше 260 екскурсійних маршрутів, діють понад 100 курортів на основі мінеральних вод та лікувальних грязей. Рекламний напрям спрямований на просування даної сфери та сільським туризмом, шляхом поліпшення інформаційної популярності (каталоги, туристичні видання, карти, аудіовізуальна продукція, інформаційні мережі), участі в міжнародних заходах та проведення національних туристичних концертів, Організацією Чорноморського

співробітництва тощо. Оцінка приблизних позицій України на світовому ринку міжнародного туризму, виділеному за загальним принципом, який ґрунтується на оцінці середовища туристичної діяльності за параметрами:

- політичної стабільності (темпи та напрямки суспільного реформування, незворотність реформ);
- соціально-економічної стабільності, що забезпечує розвиток загального добробуту і рівня економічного життя, надає передумови введення в культуру, до стилю життя населення туристичної сфери. Представлені механізми обумовлюють рівень інтегрованості країни до світової системи господарства (участь в економічних, політичних, військових союзах) [5, с. 8-10].

Відповідно від іміджу країни формується й туристичний імідж: унікальність, різноманітність природних та культурно-історичних ресурсів (показники кількості національних заповідних зон та пам'яток, що ввійшли до Світової спадщини), безпечність подорожування (розвиток готельної мережі, транспортні шляхи), що освітлюють показниками економічно-соціального характеру, які показують місце туризму в економіці країни та участь в конкурентних перегонах у світовій туристичній сфері (величина туристичного потоку, надходження від туризму) та доступність національного туристичного товару (обмін валюти, візовий режим тощо).

Стосовно ресурсної бази, то в кожній країні вона представлена унікальним історико-культурним надбанням та характерним сполученням природних умов та ресурсів, які дають можливість створювати як турпродукт масового, так і нестандартного та елітарного ринків.

Таблиця 1

Оцінка результатів реалізації заходів з розвитку міжнародної туристичної діяльності України

Заходи з розвитку міжнародної туристичної діяльності в Україні	Термін реалізації заходів в	Результат реалізації заходів
1. Забезпечення державної і регіональної підтримки туризму, залучення до його розвитку як державних, так і підприємств, а також окремих громадян.	До 2022 року	1. Створення нових робочих місць. 2. Розвиток усіх галузей пов'язаних з туризмом.
2. Створення перспективної туристичної інфраструктури з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам.	Протягом 10 років	1. Створення нових робочих місць. 2. Збільшення місцевих доходів; 3. Розвиток галузей економіки.
3. Забезпечення пріоритетності вітчизняного та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної культурної спадщини українського народу.	Протягом 10 років	1. Збільшиться кількість туристів. 2. Доходи у країні від туризму зростуть у декілька разів.
4. Розвиток інформаційної і маркетингової діяльності.	Протягом 2 років	1. Збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків 2. Широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій.
5. Підготовка та підвищення кваліфікації кадрів для потреб туристичної діяльності.	Протягом 5 років	1. Забезпечить зростання рівня життя місцевого населення; 2. Збільшаться валютні надходження в країну.

Таким чином, аналіз туристичних зв'язків та тенденцій їх розвитку дозволяють стверджувати наявність і постійність сусідських туристичних обмінів навіть за однотипності пропозиції турпродукту. Білорусь, Молдова, частково Румунія, Польща для субрегіону є країнами-генераторами. Найпотужнішим реципієнтом в субрегіоні виступають Болгарія, Україна, Угорщина, Словаччина. Активна позиція Польщі, Угорщини, а також Словаччини на ринку міжнародного туризму субрегіону говорить про розвиток індустрії туризму, яка забезпечує як прийом іноземних туристів, так і потреби вітчизняних туристів в послугах зарубіжного туризму. Україна на субрегіональному ринку також займає активну позицію, про що свідчать значні обсяги туристичних потоків між країнами сусідами [6, с. 19-21].

В умовах нових реалій входження України в структуру ЄС туристично-рекреаційне районування стає інструментом не тільки великих, ай середніх і навіть дрібних управлінських рішень: на підставі туристично-рекреаційного районування та знання тенденцій туристського і рекреаційного ринку можна ефективно планувати і здійснювати інвестиції на рівні окремих туристських компаній і банків, а також держави [1, с.68].

Висновки. Сьогодні сфера туризму як сукупність підприємств обслуговування та інших організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах великої конкуренції, поміж могутніх економічних держав, відвойовуючи маленькі сектори національного та міжнародного ринків.

Окрім необхідність розвитку цієї галузі в Україні, в тому числі іноземного та внутрішнього туризму, обумовлено потребою збереження навколишнього середовища, природних ресурсів, людського потенціалу та його духовності, розв'язання проблем зайнятості та безробіття, що є сьогодні проблемою для малих міст України.

Щодо стратегії розвитку курортів як територій, де в залежності від особливостей природних ресурсів, безумовно, повинна розвиватися як курортна та лікувальна галузь, так і сучасна курортно-рекреаційна індустрія, орієнтована на забезпечення якісного обслуговування.

Потрібно не тільки зрівняти в правах ці дві основні функції курортів, але й визначити реальні можливості бюджету та можливості курортних ресурсів прийняти рішення щодо пріоритетного відпочинку або лікування по південній курортній території, провести реконструкцію і визначити оптимальну кількість відповідних установ. З урахуванням цього слід переглянути характер використання майна та землі, які знаходяться в державній і приватній власності. Необхідно припинити процес знищення земель курортного та рекреаційного призначення і природних лікувальних ресурсів. Створити сприятливий клімат для залучення інвестицій у туристичну галузь. Провести прозору приватизацію на тендерній основі не рентабельних, курортно-рекреаційних установ. Внаслідок чого курортна галузь стане вагомим джерелом поповнення державного бюджету.

Список використаних джерел

1. Балахонова О.В. Теорії конкуренції та практики визначення конкурентоспроможності в умовах безпекоорієнтованого розвитку. Ізмаїл-Одеса: Фенікс, 2020. 196 с.
2. Богданова Ж.А. Договірні відносини в туристичній діяльності. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки.* 2016. №4 (54). С. 215-219.
3. Новицький Є. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. 2016. 180 с.

4. Державна служба туризму і курортів URL: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2085>
5. Білоцерківець Н. Україна туристична. *Українська культура*. 2015. № 3. С. 8-10
6. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Диференційне забезпечення керівництва*. 2017. Вип. 12/7, 4782. С. 1-35

Romazanov Zh.K., *candidate of economic sciences, senior lecturer of the economy and business department*

*Karaganda Industrial University
Temirtau, Kazakhstan*

Tat'yeva M.M., *candidate of economic sciences, docent of the economy and business department*
*Karaganda Industrial University
Temirtau, Kazakhstan*

THE PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SPECIAL ECONOMIC ZONES IN KAZAKHSTAN

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОСОБЛИВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН У КАЗАХСТАНІ

Abstract. The issues associated with the establishment of special economic zones in Kazakhstan are discussed in this article. The writers evaluate the role of special economic zones in the country, as well as their aims and chances for development. The authors present an algorithm for the establishment of special economic zones in the context of the state's industrialization and diversification policy.

Keywords: special economic zones, investment climate, industrialization, economic diversification, national development agencies, special economic zone development objective indicators

Анотація. У цій статті розглядаються питання, пов'язані зі створенням в Казахстані спеціальних економічних зон. Автори оцінюють роль спеціальних економічних зон в країні, а також їхні цілі та шанси на розвиток. Представлено алгоритм створення спеціальних економічних зон у контексті політики індустріалізації та диверсифікації держави.

Ключові слова: спеціальні економічні зони, інвестиційний клімат, індустріалізація, диверсифікація економіки, агенції національного розвитку, об'єктивні показники розвитку особливої економічної зони

The formulation of the problem. The country's government along with a number of experts have recently addressed the issue of the efficacy of the operations of the country's special economic zones. There has been an insufficient amount of attracted investments, as well as the inability to meet other target indicators set for special economic zones, during the years of their existence. As a