

проф. М. М. Єрмошенка і д.е.н., проф. С. А. Єрохіна. – К.: НАУ, 2008. – 216 с.

10. Сторожук В. М. Інноваційна система як чинник конкурентоспроможності національної економіки / В. М. Сторожук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 10 (77). – С. 64–67.

11. Федуллова Л. І. Прогнозування інноваційно-технологічного розвитку економіки як складова вибору стратегії виходу з кризи / Л. І. Федуллова // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 5–17.

12. Федуллова Л. І. Україна в міжнародних рейтингових оцінках: чинник інноваційно-технологічного розвитку / Л. І. Федуллова // Актуальні про-

блеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 39–53.

13. Філіповська О. О. Аналіз конкурентоспроможності західних прикордонних територій України в контексті євроінтеграційних процесів / О. О. Філіповська // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 216–224.

14. Шевченко О. О. Вплив тіншового сектору на механізм технологічного оновлення економіки інноваційного спрямування / О. О. Шевченко // Прометей. – 2010. – № 1(31). – С. 78–81.

Стаття надійшла до редакції 14 грудня 2010 року
Постановка проблеми. Туризм сьогодні є найбільш

УДК 339.9(4)+339.137.2+338.48

М. П. Бондаренко,
аспірантка Інституту світової економіки і
міжнародних відносин НАН України

ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

У статті досліджено роль туризму в економічному житті України, розкрито рівень інтегрованості національного туристичного сектору в міжнародний ринок туристичної пропозиції, показано динаміку розвитку туризму в історичній ретроспективі, проаналізовано структуру туристичних потоків, а також пріоритетність тенденцій розвитку туристичного сектору. Визначено ряд факторів, що перешкоджають реалізації наявних і потенційних конкурентних переваг, отриманню економічних вигод та загальній конкурентності України.

Ключові слова: туризм, туристичний ринок, туристичний потік, туристична пропозиція, конкурентоспроможність.

М. П. Бондаренко

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УКРАИНЫ НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

В статье исследована роль туризма в экономической жизни Украины, раскрыт уровень интегрированности национального туристического сектора в международный рынок туристического предложения, показана динамика развития туризма в исторической ретроспективе, проанализирована структура туристических потоков, а также приоритетность тенденций развития туристического сектора. Определен ряд факторов, препятствующих реализации имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ, получению экономических выгод и общей конкурентности Украины.

Ключевые слова: туризм, туристический рынок, туристический поток, туристическое предложение, конкурентоспособность.

M. P. Bondarenko

THE POSITIONING OF UKRAINE ON THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET

In the article the role of tourism in the economical life of Ukraine is researched, level of national tourism sector integration into international market of tourism supply is discovered, a historical retrospective of development dynamics is shown, tourist flow structure as well as priority tendencies of tourism sector development are analyzed. The range of factors preventing realization of current and potential competitive advantages, economic benefits achievement and total competitiveness of Ukraine is defined.

Key words: tourism, tourism market, tourist flow, tourism supply, competitiveness.



динамічним сектором економіки, що ефективно та позитивно впливає на покращення економічного, соціального, екологічного і культурного стану національних економік. Складові туристичної конкурентоспроможності України дають змогу зробити припущення про вагомий внесок туризму в розвиток національної економіки, проте статистичні дані фіксують зворотну тенденцію, що виявляється в менш ніж 2% ВВП. Показовим є той факт, що Україна у 2007 р. ввійшла до світових країн-лідерів із залучення міжнародного туристичного потоку (7-ме місце), а за обсягами фінансових надходжень від туристичної діяльності зайняла тільки 77-му позицію. Поточний стан характеризує невідповідність наявного та реалізованого туристичного потенціалу. Для визначення проблем і чинників, що стоять на заваді реалізації повноти туристичних переваг, потрібно розглянути позиціонування України на міжнародному туристичному ринку, проаналізувати тенденції та визначити чинники стримування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні

дослідження розвитку туристичного сектору держави містяться в роботах Г. О. Ворошилової [1], С. С. Лисої [2], О. М. Кальченко [3], В. П. Гречаника та С. М. Васильченка [4]; науковий інтерес до дослідження туристичного ресурсу України відображено в працях О. О. Любіцевої [5]; [6], Є. В. Панкової [6], В. І. Стафійчука [6], М. П. Мальської [7], Н. В. Антонюк [4], Н. М. Ганич [7], І. В. Свида [8], Л. В. Харченко [9]; зарубіжний досвід висвітлено у працях Б. В. Шупіка [10], О. А. Гриценка [11]. Значна кількість наукових праць висвітлює вплив окремих складових на розвиток туризму та економіку країни; більшість робіт зосереджена на аналізі регіональних особливостей і рекреаційних ресурсів. Але при цьому майже відсутні праці з комплексного аналізу впливу туризму на національну економіку та її конкурентного позиціонування на міжнародному туристичному ринку.

Мета статті – дослідити роль туризму в економічному житті України, розкрити рівень інтегрованості національного туристичного сектору в міжнародний ринок туристич-

ної пропозиції, проаналізувати динаміку та структуру туристичних потоків, а також пріоритетність тенденцій, визначити фактори, що гальмують реалізацію наявних та потенційних конкурентних переваг вітчизняних туристичних послуг на міжнародному ринку.

Основні результати дослідження. Туризм справляє значний позитивний вплив на розвиток національної економіки, сприяє захисту навколишнього середовища, покращенню соціального становища, збереженню історико-культурного спадку. Туристичний досвід України сягає корінням углиб віків, що дозволяє приваблювати численних іноземних відвідувачів на курорти Криму та Одеси ще з 19 століття [12, с. 38]. Історико-культурна спадщина нашої країни дуже цікава і різноманітна. Сьогодні Україна є потенційно перспективним туристичним регіоном, що пропонує унікальні природні ландшафти, розгалужену рекреаційно-лікувальну базу курортів, історичний спадок стародавніх міст та величезний потенціал розвитку ділового, спортивного і зеленого туризму. Країна має необхідне підґрунтя для того, щоб стати центральною атракцією європейського туристичного ринку. Але поки що рівень впізнавальності України в Європі відносно низький. Цей факт пояснюється історичними та політичними обставинами: утиски української самоідентичності Австро-Угорською і Радянською імперіями в історичній ретроспективі ускладнили самостійне сприйняття України та вплинули на структуру сучасної української ідентичності [13, с. 42–47].

Незважаючи на широкі туристичні можливості, туризм займає відносно невеликий відсоток у структурі української економіки, що відбивається як у частці в загальному ВВП, так і в створенні робочих місць. Питома вага туризму в економіці країни у 2008 р. склала 1,6% ВВП, що у валютному вираженні становить \$2,451 млрд. сумарних надходжень. Туристична індустрія створила близько 270 тис. робочих місць, а кількість економічно-активного населення, зайнятого в галузі туризму, дорівнює 1,3% загальної кількості робочих місць у країні [12, с. 149]. Фактичні фінансові надходження України від туристичної діяльності набагато відстають від переважної більшості країн. Свідченням цьому є той факт, що в загальному рейтингу 133 країн вибірки WEF (World Economic Forum – Всесвітній Економічний Форум) наша країна займає 77-му позицію. Валютні надходження в перерахунку на одного туриста за поїздку в Україні не перевищують \$184, що приблизно вдвічі менше, ніж у Росії, та в 4,5 рази менше, ніж у Туреччини, Хорватії та Румунії (див. табл. 1).

Єдиним поясненням такого феномену є те, що приблизно 60% іноземних туристів – це громадяни СНД (переважно з Росії, Білорусі та Молдови), а більшість європейських туристів приїждять із сусідніх Польщі, Угорщини і Румунії (рис. 1). Кількість платоспроможних туристів із заможної Західної Європи дуже обмежена та, на жаль, не є цільовою групою для України. Проте саме ця категорія туристів є пріоритетною для більшості країн Європи та складає значну частку в загальній картині залу-

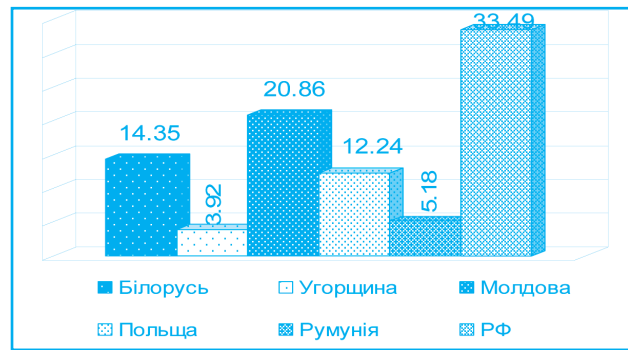


Рис. 1. Структура іноземного туристичного потоку в Україну за країнами у 2009 р., тис. осіб

Джерело: www.ukrstat.gov.ua

ченого міжнародного потоку.

Загальнопринятною є думка, що така мала диверсифікація міжнародного туристичного потоку є негативним явищем для туристичного сектору країни і може зазнавати значного впливу й змін з боку економічних, політичних та екологічних чинників.

В останні роки Україна демонструє значний приріст у залученні іноземних туристів, особливо порівняно із серединою 1990-х рр. У цей період динаміка туристичного потоку збільшилася більш ніж у 5 разів: від 3,7 млн. осіб у 1995 р. до близько 21 млн. іноземних туристів у 2007 р. Спад потоку 2008–2009 рр. був спровокований рефлексорними відголосками світової фінансової кризи. Загалом туристичні надходження в 1990–2007 рр. зросли від \$191 млн. до приблизно \$4,5 млрд. за аналогічний період (див. рис. 2) [12, с. 147–157].

За даними UNWTO (United Nations World Tourism Orga-

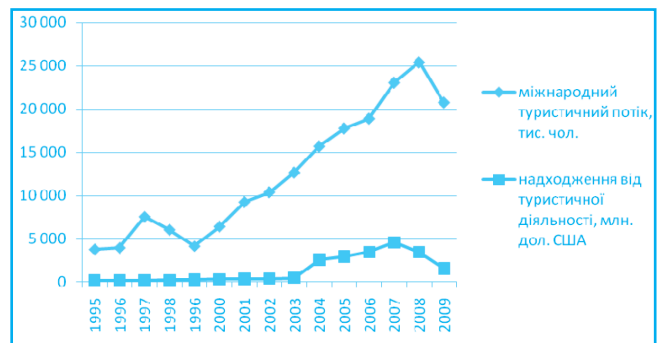


Рис. 2. Динаміка туристичного потоку та туристичних надходжень 1995–2009 рр.

Джерело: www.unwto.org

nization – Всесвітня Туристська Організація Об'єднаних Націй), у 2008 р. наша країна ввійшла до десятки країн-

лідерів із залучення міжнародного туристичного потоку, обійшовши Туреччину, Австрію й Росію, та посіла 7-ме місце в туристичному рейтингу [15, с. 6]. Проте такий вагомий фактор не дозволив Україні отримати максимальні економічні вигоди від туристичної діяльності та вийти в лідери з отримання туристичних

Порівняльні дані туристичних секторів країн

Таблиця 1

Країна	Іноземний туристичний потік (тис. осіб)	Туристичні надходження (млн. дол. США)	Витрати 1 туриста (дол. США)	Частка туризму у ВВП		Розвиток туристичної індустрії	
				млн. дол. США	%	робочі місця (тис. осіб)	%
Хорватія	8 659	7 902	913	4 029	8,5	112	9,7
Естонія	1 940	1 029	531	573	3,0	17	2,7
Угорщина	9 259	4 519	488	4 410	3,3	199	5,0
Литва	2 180	1 038	476	462	1,3	18	1,1
Польща	15 670	7 239	462	7 236	1,9	277	1,9
Румунія	1 380	1 298	941	3 100	2,1	295	3,4
Росія	20 199	7 025	348	13 613	1,1	684	1,0
Туреччина	18 916	16 853	891	20 950	4,9	644	2,8
Україна	18 936	3 485	184	2 198	1,9	313	1,5

Джерело: www.unwto.org

Таблиця 2
Зведені дані країн-лідерів із залучення міжнародного туристичного потоку та акумульованих надходжень від туристичної діяльності, 2007–2008 рр.

№	Країна	Іноземний туристичний потік (млн.)		№	Країна	Туристичні надходження (млрд. дол. США)	
		2007	2008			2007	2008
1	Франція	81,9	79,3	1	США	96,7	110,1
2	США	56,0	58,0	2	Іспанія	57,6	61,6
3	Іспанія	58,7	57,3	3	Франція	54,3	55,6
4	Китай	54,7	53,0	4	Італія	42,7	45,7
5	Італія	43,7	42,7	5	Китай	37,2	40,8
6	Великобританія	30,9	30,2	6	Німеччина	36,0	40,0
7	Україна	23,1	25,4	7	Великобританія	38,6	36,0
8	Туреччина	22,2	25,0	8	Австралія	22,3	24,7
9	Німеччина	24,4	24,9	9	Туреччина	18,5	22,0
10	Мексика	21,4	22,6	10	Австрія	18,9	21,8

Джерело: www.unwto.org

прибутків (див. табл. 2).

Пояснюється це тим, що у структурі іноземного потоку України переважають подорожі з приватною метою (87,02%), туристичне спрямування складає тільки 6,4% загальної кількості іноземного потоку, що в економічному виразі оцінюється на рівні 0,2% загальної кількості обсягу експортних послуг у 2009 р. (див. рис. 3 та рис. 4).

Проте залучений потік іноземних відвідувачів говорить

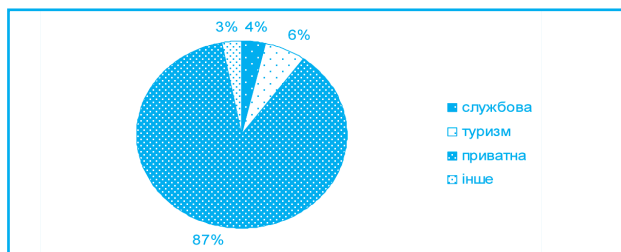


Рис. 3. Структура іноземного потоку в Україні у 2009 р., тис. осіб

Джерело: Розробка автора

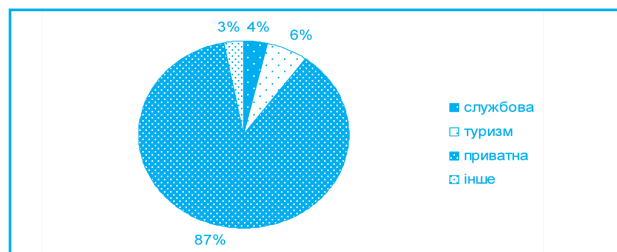


Рис. 4. Частка туризму у структурі експорту послуг у 2009 р., %

Джерело: Розробка автора



Рис. 5. Структура експорту послуг України у 2005-2009 рр., тис. дол. США

Джерело: www.ukrstat.gov.ua

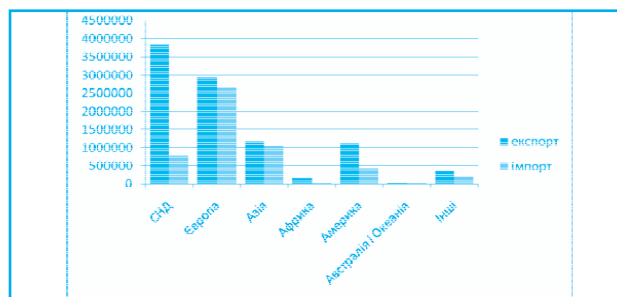


Рис. 6. Ексім структура послуг України у 2009 р., тис. дол. США

Джерело: www.ukrstat.gov.ua

Таблиця 3
Рейтинг топ-10 країн – споживачів туристичних послуг країн-реципієнтів

№	Країна-споживач	Витрати туристичного потоку, млрд. \$		Частка ринку у 2008 р., %	Населення у 2008 р., осіб	Споживання тур. послуг на 1 особу, \$
		2007	2008			
1	Німеччина	83,1	91,0	9,7	82	1108
2	США	76,4	79,7	8,5	304	262
3	Великобританія	71,4	68,5	7,3	61	1121
4	Франція	36,7	43,1	4,6	62	693
5	Китай	29,8	36,2	3,8	1328	27
6	Італія	27,3	30,8	3,3	59	519
7	Японія	26,5	27,9	3,0	128	218
8	Канада	24,7	26,9	2,9	33	810
9	РФ	22,3	24,9	2,6	142	175
10	Нідерланди	19,1	21,7	2,3	17	1301

Джерело: www.unwto.org

про зацікавленість нашої країною як туристичною атракцією і свідчить про наявний великий конкурентний потенціал туристичного ресурсу. Географічна близькість до ЄС та активна зовнішньоекономічна діяльність з європейськими країнами дає поштовх до активної співпраці також у сфері надання туристичних послуг (див. рис. 5 та рис. 6).

Залучення туристичного потоку із Західної Європи є бажаним для будь-якої країни, оскільки середньозважені показники рівня життя в Європі дозволяють туристам витратити значні суми на задоволення туристичних потреб (див. табл. 3).

Рівень соціально-економічного розвитку країни виступає індикатором інтенсивності участі її населення в міжнародному туристичному потоці: підвищення соціальних стандартів життя населення країн – донорів міжнародних туристичних потоків Німеччини, США, Великобританії,

Франції створює передумови для подорожування. Проте спостерігається дуже тісний зворотний взаємозв'язок: розвиток туристичного сектору країни створює гарні передумови для соціально-економічного росту населення країни-реципієнта, покращує екологічну складову на-

вколишнього природного середовища як базового туристичного ресурсу.

На жаль, Україна не отримує економічні вигоди від туристичної діяльності попри чудові можливості природних ресурсів, ретроспективний туристичний досвід та вигідне географічне розташування в центрі Європи. Невідповідність наявного та реалізованого туристичного потенціалу в Україні дозволяє припустити, що існує ряд перешкод на шляху ефективного використання туристичних ресурсів України як вагомої туристичної атракції Європи.

На шляху реалізації наявного туристичного потенціалу стоїть ряд завад, що гальмує цей процес. Це переважно управлінські, соціальні, економічні та екологічні чинники:

- відсутність комплексної стратегії розвитку туризму;
- незацікавленість органів влади в розвитку галузі;
- поширення радянського стереотипу стосовно розвитку сучасної культури;
- недосконалість законодавчої бази;
- відсутність планів розвитку туристичних регіонів;
- тиск з боку фіскальних органів;
- неефективний менеджмент та приференціювання територій;
- низький рівень використання інформаційного ресурсу в просуванні туристичного продукту України;
- недостатня представленість країни в міжнародних туристичних заходах;
- брак кваліфікованої робочої сили;
- низька якість соціальної складової туризму в структурі зайнятості;
- занедбаність і знищення культурної та історико-архітектурної спадщини;
- низький рівень культури туристів;
- нищення культурної самобутності через прояв глобалізаційних процесів і вплив міжнародних мереж на уклад місцевого населення;
- інформаційний вакуум щодо позитивних проявів розвитку туризму;
- неможливість впливу приватного сектору на розбудову галузі;
- низька якість соціального забезпечення сіл;
- відсутність еколого орієнтованої поведінки населення;
- незнання власної історії, культури, традицій;
- мовний бар'єр;
- міжнетнічні конфлікти;
- брак фінансування об'єктів туристичного та культурного призначення;
- недостатня якість розвитку туристичної і супутніх інфраструктур переважної більшості туристично привабливих районів;
- відсутність програм економічного стимулювання розвитку туризму;
- низька інноваційно-інвестиційна діяльність;
- невідповідність рівня та якості послуг міжнародним стандартам;
- значна «тінізація» економічної діяльності туристичного сектору;
- локальний інформаційний вакуум щодо діяльності міжнародних організацій і запроваджених проектів;
- відсутність пріоритетності розвитку;
- недобросовісна конкуренція;
- негативний імідж, сформований невідповідністю рівня туристичного продукту;
- практична відсутність комплексного туристичного продукту;
- ланцюг туристичної пропозиції малодиверсифікований та переважно представлений стандартним набором послуг із розміщення й харчування;
- агресивна маркетингова політика країн із схожим конкурентним потенціалом;
- відсутність засобів і важелів впливу з метою покращення стану навколишнього середовища;
- відсутність органів контролю за дотриманням природоохоронного законодавства;
- збільшення рівня забрудненості мегаполісів;

- нерівномірність екологічного навантаження на туристичні зони України;
- знищення та занедбаність пам'яток природи;
- невідповідність практик постулатам сталого розвитку;
- наявність можливості реалізації злочинних схем із виведення заповідних земель зі статусу природоохоронної зони;
- чутливість до впливу природних явищ, зміни клімату й екологічного стану.

Висновки. Аналіз конкурентоспроможності та конкурентності туристичної індустрії – проблема, що має порушуватися науковцями сьогодні. Аналіз ефективності туристичної діяльності має передбачати оцінку прямого і непрямого впливу: поряд із економічними показниками потрібно враховувати стан та вплив нематеріальних факторів, як-от: гостинність, безпека, етнічний історико-культурний спадок, рівень збереження навколишнього середовища, стан екології. Подолання бар'єрів на шляху розвитку туристичної галузі України дозволить не тільки позиціонувати нашу країну як вагому туристичну атракцію світового туристичного ринку, вирішити ряд питань соціально-економічного, екологічного характеру, а й підвищити її міжнародну конкурентність на світових теренах та ефективно реалізувати конкурентний потенціал.

Література

1. Ворошилова Г. О. Розвиток інвестиційних процесів у міжнародному туризмі / Г. О. Ворошилова // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. – Донецьк: ДонНУ, 2010. – 1050 с.
2. Управління ланцюгом постачання торговельних мереж: матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (20–22 квітня 2010) / С. С. Лиса // Актуальні проблеми сучасної науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/lisa-ss-upravlinnya-lantsyugami-postachannya-torgovelnih-merezh/>
3. Кальченко О. М. Проблеми формування інвестиційної політики в туристичній галузі / О. М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Чернігів: ЧНТУ, 2009. – № 38.
4. Гречаник В. П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму: Україна і світ / В. П. Гречаник, С. М. Васильченко // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – Івано-Франківськ: Плай, 2008. – № 6.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2006. – 436 с.
6. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
7. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антоноук, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
8. Свіда І. В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І. В. Свіда // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2009. – № 28(3). – С. 64–69.
9. Харченко Л. В. Проблема формування позитивного іміджу України в контексті підготовки до Євро-2012 / Л. В. Харченко // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 4 (13). – С. 107–112.
10. Шупік Б. В. Зарубіжний досвід у регулюванні туризму / Б. В. Шупік // Держава та регіони. – 2009. – № 1. – С. 200–207.
11. Культурна політика в Україні. Аналітичний огляд / [О. Г. Гриценко, Г. О. Андрус, І. С. Белкіна та ін.]; за ред. О. А. Гриценка. – К.: УЦКД, 2007. – 215 с.
12. Blanke J. Measuring Ukraine's travel and tourism competitiveness / J. Blanke // The Ukraine competitiveness report 2008: towards sustained growth and prosperity. – Geneva: WEF, 2008. – 266 p.
13. Сандел Т. Культурна політика України – оцінка міжнародних експертів / Т. Сандел. – К.: БРЬУ, 2007. – 56 с.
14. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2006–2009 рр. // Держкомстат України, 1998–2010 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/tyr/tyr_u/vig2009_u.html
15. No major changes in the top ten // Tourism Highlights 2009. – Madrid: UNWTO, 2009. – 11 p.
16. Зовнішня торгівля України послугами за 2009 рік // Статистичний бюлетень. Експрес-випуск. – К.: Держкомстат України, 2010. – № 29. – 15.02.2010. – 13 с.
17. Експорт-імпорт послуг за країнами світу в 2005–2009 рр. // Держкомстат України, 1998–2010 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2009/zd/eip_kv/eip_kv_u/eip2009_u.html

Стаття надійшла до редакції 4 січня 2011 року