

Ольга Николаевна Яценко (г. Киев, Украина)
д.э.н., профессор кафедры международной
торговли

**Елена Александровна Паевская (г. Киев,
Украина)**

ГВУЗ «Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев

ДОМИНАНТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

***Аннотация.** Исследованы особенности развития международного туристического бизнеса и туризма в целом. Выявлены определяющие доминантами развития туризма и его деструктивные факторы, определены структурные сдвиги в сторону увеличения международных туристических прибытий в развивающиеся страны. Оценен туристический конкурентный потенциал Украины на мировом рынке и обоснован вектор развития. Сделан прогноз развития мирового и отечественного туристического рынка.*

***Ключевые слова:** международный туристический бизнес, международный туризм, международные туристические прибытия, рынок туристических услуг.*

***Постановка проблемы.** Международный туристический бизнес ныне является одним из наиболее динамичных и перспективных видов деятельности. Его феноменальный успех обусловлен тем, что в его основе лежит удовлетворение высших нематериальных потребностей, постоянных стремлений человечества познать окружающий мир. Для многих стран мира развитие международного туристического бизнеса стал ключевым фактором социально-экономического развития, способствует внедрению и применению передовых технологий, вызывает активизацию рынка товаров и услуг, способствует инвестированию средств в различные сферы производства. Увеличение масштабов международного туризма и интенсивности*

туристических потоков в мире приводит к тому, что туризм начинает выступать одним из наиболее стабильных видов международной экономической деятельности. Мировая тенденция к росту сферы туристических услуг свидетельствует о том, что туризм может быть приоритетной отраслью во многих странах.

Анализ последних исследований. Вопросы развития международного туризма в мире и в Украине исследовались в трудах Ю.М. Правика, М.П. Мальской, Н.В. Антонюка, О.Д. Чудновского, А.Ю. Александрова, В.Ю. Воскресенского, Г.А. Яковлева, В.А. Квартальнова, А.П. Градова, И.Б. Иванова, И.Н. Герчикова, Н.М. Ушакова, И.В. Смолина, И.В. Балабанова, А.Е. Шишкова.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является определение доминант и перспектив развития международного туристического бизнеса.

Задачами научного исследования являются анализ тенденций развития международного туристического рынка и обоснование предложенных авторами альтернативных маркетинговых стратегий экспорта отечественных туристических услуг

Изложение основного материала. С каждым годом количество туристических потоков возрастает в среднем на 2%. Аналитиками всемирной туристической организации (ЮНВТО), прогнозируется увеличение динамики развития этого сектора и в перспективе. Это свидетельствует о том, что по-прежнему существует значительный потенциал для дальнейшего развития туристического сектора в ближайшие десятилетия.

По данным всемирной туристической организации, в настоящее время, являются характерными структурные сдвиги в сторону увеличения международных туристических прибытий в развивающихся странах, а именно Юго-Восточной Азии и Тихоокеанском регионах. Рост туристического спроса по вышеуказанным направлениям составил, соответственно, 10% и 6% в 2013 г. Удельный вес международных

туристических прибытий в эти регионы, за аналогичный период, составил – 23%. Увеличение доли стран Азии и Тихоокеанского региона в мировых туристических прибытиях происходит за счет уменьшения аналогичного показателя в странах Америки и Европы и берет свое начало в 2002 г. (рис. 1).



Рис. 1. Динамика экспорта туристических услуг в Азиатско-Тихоокеанском и Американском регионах в 1995 – 2013 гг., %

Источник: построено на основе [4].

С одной стороны, такую ситуацию можно объяснить падением спроса на туристические путешествия в Америку в связи с военной активностью некоторых стран Американского континента, например, ввод войск США в Ирак, с другой стороны, стремительным развитием инфраструктуры в странах Азии.

Несколько уменьшилась доля Американского региона на международном туристическом рынке и сейчас составляет всего 16%, однако, он продолжает оставаться одним из крупнейших в мире (рис. 2).

Значительное количество туристических прибытий приходится именно на Северную Америку – около 66% от общего количества прибытий в Американский регион. Весьма незначительную долю на мировом туристическом рынке продолжают занимать страны Африки и Ближнего Востока. Низкая доля этих стран в географической структуре международных туристических прибытий, объясняется неразвитостью

туристической инфраструктуры и супраструктуры (совокупности хозяйственных и культурно-исторических объектов, дополняющих туристическую инфраструктуру), и невозможностью обеспечения достаточного уровня безопасности туристам.

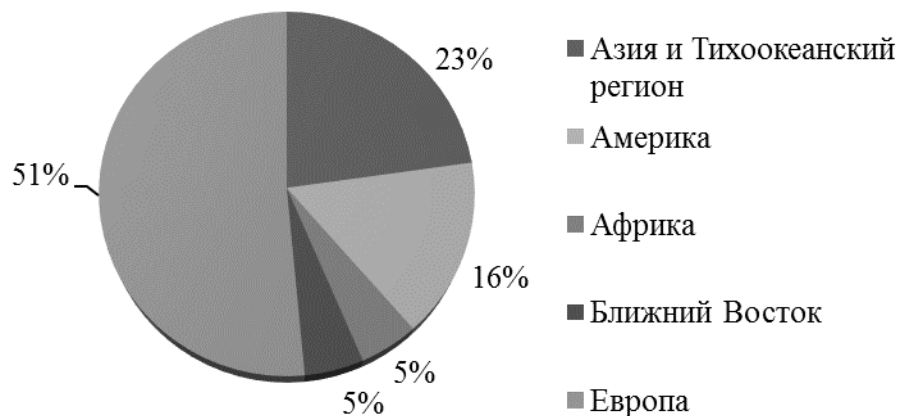


Рис. 2. Экспорт мировых туристических услуг по регионам мира 2013 г.,%

Источник: построено на основе [4].

Также, среди проблем развития туризма в Арабских странах можно выделить: ухудшение состояния окружающей среды, загрязнение воздуха, повреждения коралловых рифов туристами, с целью хранения их в качестве сувениров, столкновения между исламскими и европейскими ценностями и т.п. [1, с 37–46].

Следует отметить новую тенденцию движения туристических потоков в направлении север-юг. Так, азиатские туристы направляются в Австралию, европейцы открывают для себя североамериканские направления, а последние, в свою очередь, все больше предпочитают путешествиям в Мексику, страны Карибского бассейна и Южной Америки [7, с. 179].

Крупнейшим участником международного туристического обмена остается Европейский регион. На его долю приходится 51% от общего количества туристических прибытий. Прирост туристических потоков в данный регион составил 5%, по результатам 2013 г. Темпы прироста, за этот же период, в Северной и Западной Европе составили всего 4%, тогда как в Центральной и Восточной Европе этот показатель оказался самым высоким и

составил – 7%. Увеличение прибытий в Южную Европу и Средиземноморье (Испания, Италия, Греция) составляет 6%, а общая доля субрегиона в Европейском регионе является наибольшей и составляет – 36%.

Украина по своему географическому положению относится к европейскому макрорегиону. По уровню конкурентоспособности в области туризма в 2013 г., государство заняло 76 место среди других 140 стран мира, и 37 место среди 42 стран Европы [2]. За субиндексом законодательной базы, Украина заняла 60 место, с результатом 4,73 балла, уступив Польше, которая заняла 49 позицию в рейтинге по данному показателю, и опередив Турцию, которая заняла 64 место.

За субиндексом «бизнес среда и инфраструктуры туризма», Украина занимает 71 место с результатом 3,62 балла, тогда как, например ближайшие соседние страны – Польша и Турция заняли 58 и 52 места соответственно, с результатами 3,94 и 4,08 балла. Худший показатель наблюдается за субиндексом ценовой конкурентоспособности – 110 позиция в рейтинге. По уровню конкурентоспособности инфраструктуры, Украина занимает средние позиции в рейтинге. Согласно европейским стандартам интенсивность автомобильного потока в международном коридоре должна составлять не менее 20 тыс. машин в сутки, а минимальная скорость автотранспорта – 120 км/час. Для железнодорожного транспорта минимальная скорость движения не может быть ниже 100 км/ч, а после 2000 г. – 120 – 140 км/час. [5]. Кроме того, дороги необходимо полностью оборудовать сервисными станциями, пунктами отдыха, телефонной связью и др. [5]. Нормы для транспортных коридоров включают, также, требования пересекать государственную границу автобусами и легковыми авто по 15 мин., поездами – по 20, а грузовиками – за 60 мин. [5]. Однако, на сегодняшний день, ни одно из перечисленных требований не выполняется.

Украина имеет значительный природно-рекреационный потенциал для того, чтобы стать ведущей туристической державой мира. Однако, доля государства на мировом туристическом рынке является весьма

незначительной и на протяжении 2001 – 2013 гг. колеблется от 1,3% до 2,8% (табл.).

Таблица

Доля Украины на мировом туристическом рынке, в 2001-2013 гг.

Год	Количество иностранных граждан, посетивших Украину-всего * (млн. человек)	Относительное отклонение к предыдущему году (в %)	Доля на мировом туристическом рынке (в %)	Доходы от туризма (млн. дол. США)
2001	9,17	-	1,3	-
2002	10,52	14,6	1,5	2,992
2003	12,51	19,0	1,8	935
2004	15,63	24,9	2,0	1,141
2005	17,63	12,8	2,2	3,125
2006	18,94	7,4	2,2	3,485
2007	23,12	22,1	2,6	4,597
2008	25,45	10,1	2,8	5,768
2009	20,80	-18,3	2,4	3,576
2010	21,20	1,9	2,2	3,788
2011	21,42	1,0	2,2	4,294
2012	23,01	7,5	2,2	4,842
2013	24,67	7,2	2,3	-

Источник: рассчитано по данным [6].

Наибольшее количество туристических прибытий было зафиксировано в 2008 г. и составило 2,8% на мировом туристическом рынке. В 2009 г. в связи с мировым финансовым кризисом, количество туристов, посетивших Украину сократилось на 18,3%, что привело к падению доли на мировом туристическом рынке до уровня 2,4%. С тех пор Украина так и не достигла уровня докризисного периода, даже, несмотря на проведение такого масштабного и значимого мероприятия как «Евро-2012».

Наибольший конкурентный потенциал развития туристического бизнеса и туризма в общем имеют Азиатско-Тихоокеанский и Европейский туристические регионы, за счет стран Центральной и Восточной Европы (рис. 3). Если еще в 1980 г. 70% международных прибытий были зарегистрированы по традиционным направления передовых промышленно развитых стран Северной Америки, Европы, Азии и Тихого океана, то в

2030 г. эта тенденция изменится – 58% туристических потоков будут направлены в направлении стран с развивающейся экономикой.



Рис. 3. Прогнозы увеличения въездного туризма для стран с развитой экономикой и развивающейся экономикой на 2030 г., млн. человек

Источник: построено по данным [3].

Прогнозируется, что доля туристических прибытий в 2030 г. до Азиатско-Тихоокеанского региона возрастет до 30% (рис. 4). Международные туристические прибытия в Азиатско-Тихоокеанском регионе вырастут по прогнозам до 535 млн. человек.

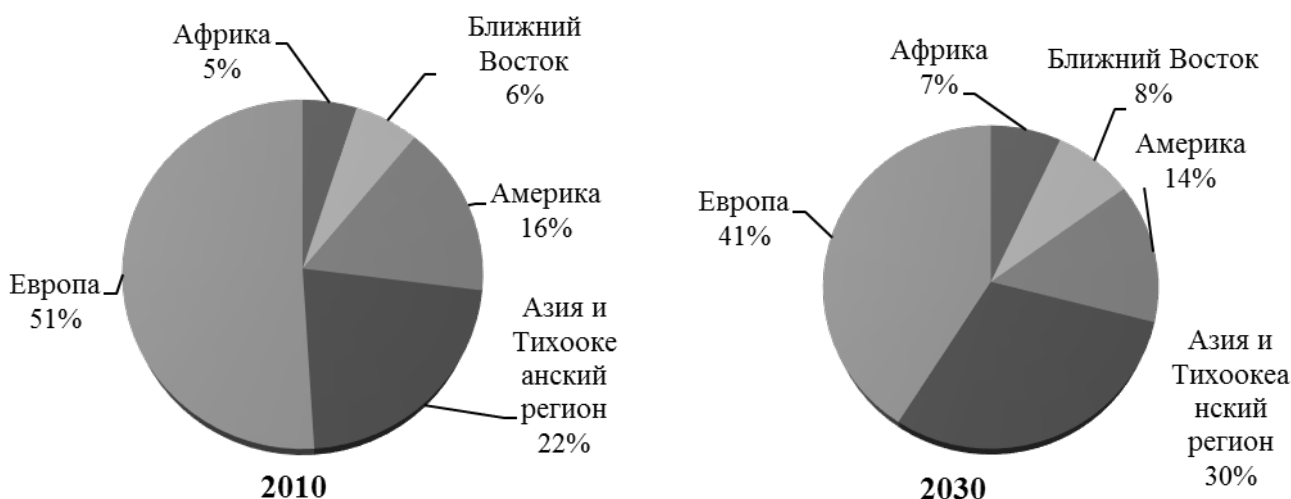


Рис. 4. Прогноз изменения доли туристических прибытий по регионам мира на 2030 г., %

Источник: построено по данным [3].

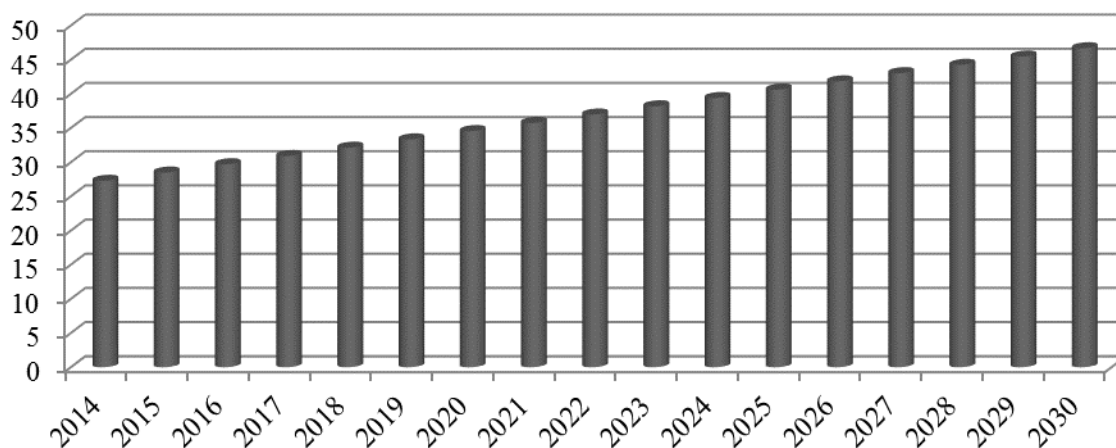
В Африке и на Ближнем Востоке, также, ожидается увеличение прибытий с 6% в 2010 г. до 8% в 2030 г. Для Америки и Европейского

региона прогнозируется уменьшение их доли на мировом туристическом рынке с 16% до 14% и с 51% до 41% соответственно.

Среди отдельных субрегионов ведущее место принадлежит Северо-Восточной Азии, в которой до 2030 г. прогнозируется наибольшее количество туристических прибытий – 293 млн. человек, в то время как для Средиземноморья – 264 млн. туристов, для Западной Европы – 22 млн. человек, в Юго-Восточной Азии – 187 млн. человек и т.д.

Таким образом, определяющими доминантами развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе являются такие факторы как многообразие природных условий и природных рекреационных ресурсов, значительные участки территории региона омываются морями и океанами, многообразие и высокий уровень сохранности историко-культурных ресурсов, нахождение в регионе мировых центров паломничества таких религий как буддизм, синтоизм, конфуцианство, быстрые темпы экономического роста государств – так называемых «азиатских тигров» – Китай, Южная Корея, Япония, Сингапур, Индонезия, в связи с чем значительное развитие получил деловой туризм, большинство государств уделяют туризму значительное внимание и выделяют мощные инвестиции на его развитие, уникальное сочетание культурного и природного, экзотичности и современных технических достижений развитых стран региона, обуславливает высокий интерес к нему. Во всех странах Азиатско-Тихоокеанского региона, инфраструктура находится под влиянием глобализации. Государства региона обращают большое внимание на последствия урбанизации. В Азии развита система дорог, соединяющая Индию с Турцией и европейскими государствами. В сектор инфраструктуры привлекаются значительные инвестиции, в том числе из США и ЕС.

Согласно проведенным нами расчетам в Украине, также, прогнозируется увеличение туристических потоков до 46,66 млн. человек в 2030 г. (рис. 5).



**Рис. 5. Прогноз туристических прибытий в Украину
в 2014-2030 гг., млн. человек**

Источник: собственные исследования.

Однако, для достижения таких результатов необходимо внедрение ряда мероприятий, в частности:

1. Разработка и внедрение эффективной законодательной базы, принятие законов прямого действия. Как показывает опыт ведущих стран мира по развитию туризма, именно формирование качественной законодательной базы является первоосновой для полноценного развития туристического бизнеса и туризма в целом. В Украине существует, фактически, единственный закон, который прямо регулирует туристическую деятельность – это закон Украины (ЗУ) «О туризме». Однако, в нем, в настоящее время, существует ряд недостатков, например, отсутствие четких определений видов туризма и механизмов их регулирования, что вызывает значительные проблемы при классификации цели путешествия и сроков пребывания иностранных туристов в стране. Создание законов прямого действия, например «Об экологическом (зеленом) туризме» или «О религиозном туризме» и др., позволит более тщательно прописывать все механизмы регулирования определенного вида туризма с учетом его специфики. Еще одним, достаточно значительным недостатком является отсутствие в ЗУ «О туризме» такого весомого определения как «Деловой

туризм», притом, что в официальных статистических источниках данный термин используется достаточно часто.

2. Для симулирования развития туристического бизнеса в Украине было бы целесообразно предложить создание специальных свободных «туристических» зон, в пределах которых бы устанавливались и действовали льготные налоговые и другие условия экономической деятельности национальных и иностранных юридических и физических лиц.

3. Привлечение инвестиций и финансирования на государственном уровне в развитие туристической инфраструктуры.

4. Разработка более информативного туристического портала, который бы освещал актуальную информацию о туристических услугах в Украине, а также культурно-исторические особенности народа, традиции и т.п.

5. Создание кластерной модели развития туризма, которая благодаря высокой корреляции и согласованности мероприятий агентов позволит расширить преимущества связанные с конкурентоспособностью, экологической и культурной устойчивостью.

6. Создание четкой концепции развития туризма. Сейчас, в Украине нет ни одной принятой и утвержденной стратегии развития туризма. Распоряжение Кабинета Министров от 1 августа 2013 г. «Об одобрении Концепции Государственной целевой программы развития туризма и курортов на период до 2022 года» потеряло свою силу от 5 марта 2014 с целью экономии бюджетных средств [8]. Таким образом, было бы целесообразно предложить направления и стратегии экспорта туристических услуг Украины по туристическим регионам мира (рис. 6). Стратегия концентрации на государственном уровне предполагает сосредоточение всех усилий на продвижение отечественных туристических услуг и углубления сотрудничества со странами Центральной и Восточной Европы – это Армения, Азербайджан, Беларусь, Болгария, Чехия, Эстония, Грузия, Венгрия, Казахстан, Кыргызстан, Латвия, Литва, Польша, Молдова, Румыния, Россия, Словакия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан.



Рис. 6. Маркетинговые стратегии избрания альтернативного вектора туристического сотрудничества для Украины

Источник: разработано на основе собственных исследований и экспертных оценок.

Доля граждан, въехавших в Украину из вышеупомянутых стран в 2013 г. составляет 94%. Этому способствуют общность исторического прошлого для большинства указанных стран и Украины; примерно одинаковый уровень экономического развития; территориальная близость, с отдельными государствами и т.д. Данная стратегия предусматривает ведение переговоров по поводу упрощения визового режима между Украиной и некоторыми вышеупомянутыми странами, в частности, с Туркменистаном и Европейским Союзом об упрощении визового режима, и введение в Украине полностью безвизового режима для стран, которые являются членами ЕС; направить все усилия на продвижение отечественных туристических услуг на упомянутых рынках, даже в условиях ограниченных финансовых ресурсов, создать положительный туристический имидж нашей страны.

Стратегия диверсификации предполагает продвижение туристического продукта во всех регионах мира. Она намного затратней, по сравнению с предыдущей, к тому же требует значительных усилий, как правительства так и отечественных предприятий по разработке политики продвижения собственного туристического продукта на зарубежных рынках, поскольку, на сегодня, спрос на Украинский туристический продукт практически отсутствует в большинстве регионах мира. Однако, при эффективном

внедрении данная стратегия позволит значительно увеличить объем экспорта туристических услуг.

Выводы. Сейчас, наблюдается трансформация структуры конъюнктуры мирового туристического рынка. По прогнозам ЮНВТО наибольшее развитие туристического сектора состоится именно в развивающихся странах на которые будет приходиться 58% туристических прибытий. Набирают популярность новые туристические направления, в частности, Азиатско-Тихоокеанский регион, доля которого до 2030 г. увеличится до 30%. Основными доминантами развития туризма в регионе есть природные и климатические условия, быстрые темпы экономического роста и стремительное развитие инфраструктуры. Наиболее перспективными и привлекательными странами с позиций международного туристического бизнеса является Китай, Республика Корея, Япония, Тайвань. Рост туристических потоков также прогнозируется для стран Причерноморья и Центрально-Восточной Европы, в состав которой входит и Украина.

В Украине, согласно проведенным расчетам, прогнозируется увеличение туристических прибытий до 46 млн. человек в 2030 г. В свою очередь, для обеспечения таких результатов, необходимо создать все необходимые условия для дальнейшего развития и укрепления позиций отечественных предприятий. Необходимо усовершенствовать законодательную базу, предоставить более четкого определения некоторым правовым терминам, что позволит устранить проблемы связанные с пребыванием и въездом иностранных туристов с определенной целью; ввести налоговые каникулы или льготные кредиты для отечественных туристических операторов; привлекать ведущих специалистов, работающих в сфере туристической деятельности к обсуждениям проблем и вопросов дальнейшего развития туризма; следить за уровнем монополизации рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Mustafa M.** Tourism and Globalization in the Arab World / M. Mustafa // International Journal of Business and Social Science. – 2010. – № 1. – P. 37 – 46.
2. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013** World Economic Forum [Electronic resource] – Mode of acces: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf
3. **Tourism Towards 2030 Global Overview** [Electronic resource]. – Mode of acces:http://www.wise.co.th/wise/Knowledge_Bank/References/Tourism/UNWTO_Tourism_Toward_2030.pdf
4. **UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition** [Electronic resource]. – Mode of acces: <http://www.unctad.org/>.
5. **Белая С.О.** Совершенствование государственного управления рынка транспортно-транзитивных услуг в Украине / С.А. Белая // Государство и регионы. Серия: Государственное управление. – 2007. – № 1. – С. 16 – 19.
6. **Въезд иностранных граждан в Украину по странам, из которых они прибыли** Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ttp://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2013_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2013_u.htm)
7. **Оливко А.** Анализ развития мирового рынка туристических услуг / А. Оливко // Рекреационная география и туризм. – № 2. – 2010. – С. 178 – 182.
8. **Постановление Кабинета Министров Украины** от 5 марта 2014 «Некоторые вопросы оптимизации государственных целевых программ и национальных проектов, экономии бюджетных средств и признание утратившими силу некоторых актов Кабинета Министров Украины» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/71-2014-%D0%BF/paran88#n88>

DOMINANT AND PROSPECTS INTERNATIONAL TOURISM BUSINESS

Olga Yatsenko (Kyiv, Ukraine)

Doctor of Economics, Professor of International Trade Department

Paievska Olena (Kyiv, Ukraine)

Summary. Were researched the features of the development of international tourism business and tourism in general. Identified defining dominant tourism development and its destructive factors determine the structural shift towards an increase in international tourist arrivals in developing countries. Was rated tourist competitive potential of Ukraine in the world market and proved vector of development. Was made the forecast of the global and domestic tourism market.

Keywords: *international tourism business, international tourism, international tourist arrivals; tourism market.*