

Після війни Схід буде страждати від депопуляції, зруйнованої інфраструктури та малої кількості відпочивальників. Стратегічна задача нашого регіону створити конкурентоспроможний туристичний продукт. Наша область може стати центром туристичних послуг. У перспективі тут можливе зростання попиту, що стимулюватиме забудовників інвестувати в об'єкти готельної інфраструктури, це насамперед нові робочі місця.

Щоб відновити позиції Волинської області на внутрішньому туристичному ринку, а також сприяти виходу на міжнародний, слід впроваджувати високі стандарти обслуговування, знайти нові способи реклами та продажу свого продукту, підтримання у конкурентоспроможному стані заклади туристичної інфраструктури. Рациональним буде рішення про створення взаємозв'язків між країнами у сфері туризму. Інтеграція двох сторін дозволить забезпечити обмін досвідом і посилити дії один одного. Для цього можна здійснити інтеграційні зв'язки, шляхом залучення міст-побратимів Луцька. Оскільки наше місто активно розвиває міжнародне співробітництво і має близько двох десятків міст-партнерів у багатьох країнах. Серед них міста з Польщі, Грузії, Китаю, Туреччини, Німеччина, Греції та інших. Важливо збільшити кількість форм співпраці з даними країнами та сприяти розширенню кордонів у туризмі через взаємне співробітництво. Дане співробітництво може вирішити проблеми у повоєнному відновленні туристичного потенціалу, шляхом заключення взаємних угод про співпрацю та відновлення туристичної інфраструктури.

Отже, для повоєнного відновлення функціонування туристичного бізнесу Волинської області потрібні нові, абсолютно унікальні ідеї. Те, що використовували вчора, сьогодні вже не актуально, тому для підтримки туризму області необхідно визначити чіткий алгоритм дій сьогоднішнього, необхідних для досягнення поставлених цілей. Майбутнім вектором розвитку туристичного бізнесу повинен базуватися на залученні іноземного потенціалу, інтеграції зарубіжних туристичних мереж на український ринок, залучення інвестиційних проектів, щодо модернізації інфраструктури, залучення інноваційних ідей та визначення його по кроковому досягненню. Таким чином, пріоритетним напрямком для виходу туристичного бізнесу Волинської області на новий рівень буде вихід нашого вітчизняного продукту на іноземний ринок задля збільшення кількості туристів.

Література

1. Дохід удвічі менший, ніж торік: на Шацьких озерах завершується туристичний сезон. // Волинські новини. URL: <https://www.volynnews.com/news/all/dokhid-udvichi-menshyy-nizh-torik-na-shatskykh-ozerakh-zavershuyetsia-turystychnyy-sezon/> (дата звернення: 11.03.2023 р.)
2. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Роль PR та реклами в організації туристичних подорожей в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1628> DOI: 10.32782/2524-0072/2022-42-28

yanaderbenova@ukr.net

Дербеньова Я. В.

*кандидат економічних наук, асистент кафедри міжнародної економіки і маркетингу
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

antoninaartemenko33@gmail.com

Артеменко А. І.

*старший викладач кафедри іноземних мов факультету маркетингу
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті встановлено, що потрібно враховувати вплив факторів, які мають негативне значення, у тому числі: військові та соціальні конфлікти, природні катастрофи, економічні кризи

і культурні суперечності на розвиток міжнародного туризму в Україні в період глобалізації. З'ясовано, що розвиток міжнародного туризму повинен здійснюватися у контексті глобальних тенденцій і формування глобального туристичного простору, дотримуючись імперативів та використовуючи вплив драйверів.

Ключові слова: міжнародний туризм; глобалізація; стратегія розвитку туризму; туристична індустрія; туристична діяльність.

В останні десятиліття туризм став одним з найдинамічніших секторів світового господарства зі швидкими темпами розвитку. Цьому сприяли об'єктивні процеси глобалізації, розвиток логістики, культурні зміни, поява Інтернету та в цілому формування цілісної світової індустрії туризму, куди увійшли транснаціональні готельні мережі та туристичні компанії, глобальні туристичні оператори і низка обслуговуючих підгалузей. У теперішній час склались усі передумови для того, щоб у коротко- та довгостроковій перспективі міжнародний туризм надійно закріпив свої позиції у якості одного з провідних секторів світової економіки.

Міжнародний туризм швидко глобалізується, що має численні сфери, складові і прояви та є об'єктивним у контексті глобалізаційних процесів у всіх інших сферах. Глобалізація туризму суттєво впливає на розвиток всієї світової індустрії туризму, а також і національних господарств, що зумовлено їх конкуренцією, зокрема позиціями у міжнародних рейтингах.

Більшість країн світу мають певний туристичний потенціал, тому важливим економічним завданням у контексті світових тенденцій є розвиток національної індустрії туризму, однією зі складових якої є туристична інфраструктура. З огляду на зазначене тема статті є актуальною для різних країн і особливо для України, що зумовлено завданнями нарощування масштабів та економічних показників туристичної галузі.

Актуальність питань розвитку міжнародного туризму, глобалізаційних процесів у цій сфері підтверджується зростанням кількості наукових публікацій. Питанням розвитку туризму і туристичної індустрії присвячені роботи В. Бабарицької, А. Близнюк, О. Любіцевої, О. Лютак, М. Скопень, Л. Устименко та ін. Проблематиці розвитку ТІ присвячені праці, наприклад: К. Кривеги, Г. Долгополої та Я. Коробейникової, О. Музиченко-Козловської, М. Уліганенець. Тенденції розвитку туризму в умовах глобалізації досліджені у роботах: І. Смаль, І. Воронін, А. Вороніна, В. Зайцевої та О. Корнієнко. Особливості розвитку туристичної індустрії України розглянуті у роботі В. Маховки та О. Мельниченка і В. Шведун. Комплексним дослідженням глобалізаційних процесів у сфері міжнародного туризму, що охоплює міжнародні інститути і різні форми бізнесдіяльності, є дисертація О. Лютак.

Метою дослідження є визначення імперативів, принципів, напрямів і підходів до розвитку міжнародного туризму в період глобалізації.

У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. визначено, що Україна суттєво відстає за рівнем розвитку туризму від провідних держав світу. Тому її розвиток визнається стратегічним завданням, зокрема для підвищення якості туристичних послуг. За напрямом «Розвиток туристичної інфраструктури» передбачається забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову міжнародного туризму; забезпечення доступності об'єктів міжнародного туризму для осіб з інвалідністю та інших мало-мобільних груп населення; забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення; сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту (з відповідними заходами) [1].

Міжнародний туризм це сукупність різних технічних та організаційно-господарських об'єктів, які забезпечують безперебійне функціонування туристичної галузі (в основному це заклади розміщення; заклади харчування; заклади відпочинку; санаторно-курортні заклади; оздоровчі заклади; організації, які надають транспортні послуги у сфері туризму; спеціальні

інженерні мережі та інформаційні системи). Ці об'єкти представляють різних суб'єктів туристичної діяльності.

Інфраструктура завжди має обслуговуючий, допоміжний характер. При цьому вона значно впливає на якість туристичних послуг та рівень ефективності туристичної діяльності, а інколи визначає можливості її здійснення взагалі. Потрібно враховувати пряму залежність між туристичною активністю і параметрами туристичної індустрії, функціонування якої завжди є цілеспрямованим.

Туристична індустрія часто розглядається у територіальному аспекті, наприклад, стосовно міста або регіону. Однак правомірним вважаємо розгляд національної туристичної індустрії та рідше міжнародно-регіональної (наприклад, стосовно євро регіонів та субрегіонів світу). Основними компонентами міжнародного туризму є [2].

- 1) матеріально-технічний;
- 2) інституціональний;
- 3) організаційний;
- 4) інформаційний;
- 5) логістичний;
- 6) соціальний.

Потрібно зазначити, що серед компонентів міжнародного туризму усе частіше доводиться розглядати нематеріальні, неявні, «невидимі» складові.

Доцільно виокремлювати інфраструктурний аспект, який дозволяє структурувати різні види умов і долати природні і штучні обмеження, підтримуючи справедливі умови, зокрема вільної конкуренції і нормальної життєдіяльності людей. Інфраструктурний аспект у сфері туризму дозволяє цілеспрямовано фокусувати увагу на відповідних складових і показниках туристичної індустрії.

Розвиток міжнародного туризму потрібно розглядати з точки зору таких підходів його розуміння:

- 1) встановлення і досягнення нових цілей;
- 2) еволюція, ускладнення системи;
- 3) адаптація до умов і вимог, що змінюються;
- 4) розв'язання проблем і протиріч, що виникають всередині системи чи у її взаємодії із зовнішнім простором.

Ці підходи переважно стосуються матеріально-технічного, соціального, організаційного, логістичного компонентів та інформаційних систем, а реалізуються через інституціональний компонент. Це зокрема звертає увагу на глобалізаційні процеси у сфері туристичної діяльності, насамперед щодо логістичного, інформаційного та інституціонального компонентів.

Глобалізація туризму заснована на таких чотирьох процесах [3]:

- 1) конвергенція, тобто згладжування (стирання) відмінностей і виникнення подібності між системами у структурі, принципах організації і функціонування; взаємне уподібнення систем та їх елементів, протікання схожих і однакових за спрямованістю процесів; змішування і зближення у бік злиття;

- 2) інтеграція, тобто процес, що веде до стану пов'язаності та об'єднання диференційованих частин у єдине ціле та у єдиний стан; процес зближення, розвитку і диверсифікації зв'язків; взаємне переплетення (при неможливості повного об'єднання) окремих систем;

- 3) уніфікація, тобто встановлення різних форм (об'єктів) та приведення їх до єдиного зразку; твердження різнобічності і всеосяжного характеру, охоплення всього різноманіття елементів і ознак;

- 4) гармонізація, тобто взаємне узгодження, зведення у єдину систему, координація, співмірність, упорядкування, забезпечення взаємної відповідності і усунення відмінностей систем, об'єктів, заходів дій тощо.

Всі ці процеси безпосередньо стосуються міжнародного туризму.

Глобалізація туризму має такі прояви:

- 1) перехід світової індустрії туризму до розвитку на основі єдиних принципів, поява єдиних загальносвітових тенденцій, паттернів, «стандартів», вимог;
- 2) гомогенізація економічного простору світового туризму у результаті зростання єдності світу; розвиток міжнародних інститутів у сфері туризму, як регулюючих, так і тих, що забезпечують бізнес-діяльність;
- 3) детермінуюча роль міжнародних туристичних компаній та операторів, розповсюдження глобальних туристичних мереж, що стимулюють процеси уніфікації та інтеграції національних економік на різних рівнях;
- 4) формування на основі транснаціоналізації капіталу глобальних ланцюгів створення вартості у сфері туристичних послуг;
- 5) домінування міжнародних факторів і трендів розвитку над національними; посилення впливу міжнародного середовища на національні індустрії;
- 6) розвиток процесів глобальної інформатизації у сфері туризму, поширення спеціальних туристичних інформаційних мереж.

Міжнародний туризм відноситься до мультинаціональних галузей, що підвищує значущість кластерів. Однак навіть національні кластери суттєво піддаються впливу глобалізації та розвиваються у руслі світових тенденцій. У результаті національні стратегії розвитку туристичної індустрії все більше узгоджуються, зростає рівень інтеграції, яка породжує взаємні вигоди через інтенсифікацію міжнародних туристичних потоків.

З іншого боку, глобалізація суттєво загострює конкуренцію. Незважаючи на високу функціональну інтеграцію національних індустрій, на макрорівні виникає активне конкурентне середовище. Туристичний ринок постійно насичується, стає інноваційнішим та креативнішим. Через глобалізацію повсюдно зростають вимоги до якості туристичних послуг, зокрема до безпеки.

Висновки: На сучасному етапі необхідно виділити кілька груп чинників, що викликають розвиток міжнародного туризму:

- 1) соціальні (культурні зміни, зростання мобільності, посилення цінностей туризму);
- 2) економічні (підвищення доходів населення, доступність туристичних послуг);
- 3) інфраструктурні (розширення логістичної, інформаційної, готельної та іншої інфраструктури);
- 4) екологічні (погіршення екологічної ситуації);
- 5) інформаційно-технологічні (поява інформаційних мереж).

Також потрібно враховувати вплив факторів, які мають негативне значення, в тому числі: військові та соціальні конфлікти, природні катастрофи, економічні кризи і культурні суперечності.

Таким чином, розвиток міжнародного туризму повинен здійснюватися у контексті глобальних тенденцій та формування глобального туристичного простору, дотримуючись імперативів та використовуючи вплив драйверів.

Література

1. Давидова О. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. Ефективна економіка. 2012. № 10 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z>.
2. Воронін І. М. Вплив факторів глобалізації на розвиток міжнародного туризму. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 115–117.
3. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. Вісник Запорізького національного університету. 2012. № 2 (8). С. 55–65.