

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

АНТОНЮК КАТЕРИНА ВІКТОРІВНА

УДК 339.13.01:338.48

**СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО
РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Спеціальність 08.00.02 – Світове господарство і міжнародні економічні відносини

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ - 2008

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі міжнародної економіки ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Міністерства освіти і науки України, м. Київ.

Науковий керівник

доктор економічних наук, професор
ПОРУЧНИК Анатолій Михайлович,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
завідувач кафедри міжнародної економіки

Офіційні опоненти

доктор економічних наук, професор
РУМЯНЦЕВ Анатолій Павлович,
Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
професор кафедри світового господарства
і міжнародних економічних відносин

кандидат економічних наук,
ЗАБАЛДІНА Юлія Борисівна,
Інститут туризму
Федерації профспілок України,
завідувач кафедри економіки та менеджменту

Захист відбудеться 6 березня 2008 року о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.006.02 у ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54\1, ауд. 203.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03113, м. Київ, вул. Дегтярівська, 49 г, ауд. 601.

Автореферат розіслано 6 лютого 2008 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
доктор економічних наук,
професор

Л.Л.Антонюк

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Перехід розвинутих суспільств до постіндустріальної фази та формування відкритих національних економік у другій половині XX ст.

спричинили розгортання регіональних інтеграційних процесів, як передумови становлення цілісної глобальної соціально-економічної системи, основними ознаками якої є: утвердження в якості домінуючих у світі ринкових відносин; випереджаючий розвиток сфери послуг; ключовий вплив на міжнародні економічні відносини комунікативних та інформаційних систем; лібералізація умов міждержавного обміну природними, технологічними, інвестиційними та людськими ресурсами; оволодіння все більшою масою громадян різних країн загальнолюдськими цінностями та стандартами життя. Таким чином, трансформація центру світового господарства відбувається у напрямку поступового розвитку постматеріальних структур, серед яких переважають, ті, що виробляють знання та інтелектуальні продукти, які стають надбанням все більшої частини людства.

Стрімке зростання чисельності населення планети в ХХ ст., агломерація його розселення, перманентне збільшення доходів різних верств громадян розвинутих країн, підвищення їх культурного рівня, з одного боку, – а з другого, – інтенсивний розвиток сектору сервісної економіки у структурі світового господарства, а також взаємозближення країн утворюють сприятливі політичні, матеріальні та соціально-психологічні умови для бурхливого розвитку міжнародного туризму, перетворення його в один з найпотужніших сегментів світової економіки. На сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, його диверсифікацію та структурно-функціональну трансформацію вагомий вплив здійснюють також розвиток мережі новітніх транспортних засобів та засобів зв'язку, системи страхування та гарантії безпеки людей, мобільність валютних операцій та інші фактори.

До світового ринку туристичних послуг все активніше залучається і Україна, яка стала самостійним суб'єктом міжнародних економічних відносин всього півтора десятиріччя тому назад і для якої міжнародний туризм є досить молодою галуззю, що знаходиться на етапі становлення, але має цілком реальні можливості та умови для нарощення свого потенціалу, зокрема, завдяки наявності в країні унікальних природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, багатой флори та фауни, зон різноманітних форм відпочинку. Уже сьогодні народжуються нові туристичні послуги – професійний бізнес-туризм, спортивний, пригодницький (екстремальний), екологічний туризм тощо. Особливо перспективним видається розвиток в Україні найновітніших видів туризму, передусім – зеленого та пригодницького, широкі можливості для розвитку яких є в провідних рекреаційних регіонах України – Кримському та Карпатському.

Однак існують також і фактори, що гальмують розвиток даної сфери послуг, серед яких можна виділити такі: недостатність розвинутості інфраструктури, відсутність кваліфікованого персоналу, екологічні та кримінальні ризики, низький рівень побутового комфорту, високі ціни на послуги, внаслідок чого Україна суттєво відстає від провідних країн як по наданню туристичних послуг, так і розвитку туристичної індустрії.

Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичних послуг присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів – О.Бейдика, Л.Гонтаржевської, Ю.Забалдіної, Р.Заблоцької, В.Кифяка, О.Любіцевої, Г.Михайліченко, Р.Росохи, А.Румянцева, Т.Сокол, С.Соколенка, Д.Стеценка, Т.Ткаченко та ін., російських фахівців – А.Александрової, І.Балабанова, В.Гуляєва, І.Зоріна, В.Квартальнова, В.Сеніна, А.Чудновського та ін., а також західних

дослідників – Р.Бартона, Д.Боуена, Р.Браймера, Г.Гана, Ф.Котлера, А.Маршала, Д.Мейкенза, М.Портера, Н.Реймерса, Ч.Робінсона, В.Сміта, Д.Уокера, Г.Харріса, Д.Холловея та ін.

Разом з тим у наукових публікаціях вищеназваних авторів недостатньо повно розкрито механізм впливу чинників та факторів сучасного глобалізованого макросередовища на характер та масштаби розвитку міжнародного туризму, сутність структурно-функціональних змін, що відбуваються на міжнародному ринку туристичних послуг, шляхи та методи включення України у світові туристичні процеси.

Виходячи з цього, потребують всебічного дослідження структурно-функціональні фактори та регуляторні механізми розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, новітні тенденції, умови та засоби ефективного включення України у міжнародний ринок туристичних послуг, що і обумовило вибір теми дисертації, її мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в рамках міжкафедральної науково-дослідної теми «Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку» (номер державної реєстрації 0101U002948) та теми «Ресурси і моделі глобального економічного розвитку» (номер державної реєстрації 0106U004357) факультету міжнародної економіки і менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Особисто автором в рамках теми підготовлено розділи «Туристична кластеризація регіонів України» та «Інноваційно-маркетингова модель формування конкурентоспроможних туристичних підприємств в Україні».

Мета і завдання дисертаційного дослідження. Мета дисертації є розкриття системи структурно-функціональних факторів, що впливають на розвиток міжнародного ринку туристичних послуг, з'ясування процесів його якісної трансформації в умовах глобалізації та визначенні шляхів ефективної інтеграції України у світовий ринок туризму. Відповідно до мети дослідження, в роботі поставлено наступні конкретні завдання:

- розкрити зміст, сучасний характер та основні тенденції розвитку міжнародного ринку послуг та механізми його регулювання;
- визначити місце і роль міжнародного туризму в системі світового ринку послуг;
- дослідити рівні і механізми регулювання світової сфери туристичних послуг та їх еволюцію в сучасних умовах;
- виявити структурні зрушення, що відбуваються на міжнародному ринку туристичних послуг під впливом глобалізації;
- здійснити дослідження функціональної диверсифікації світового туристичного ринку;
- оцінити місце та роль України на міжнародному ринку туристичних послуг та виявити проблеми на шляху формування національної конкурентоспроможної туристичної галузі;
- обґрунтувати організаційно-економічний механізм вдосконалення національного ринку туристичних послуг та шляхи його конвергенції зі світовим;
- розробити та обґрунтувати доцільність впровадження кластерної моделі функціонування національної туристичної сфери;

- сформулювати концептуальні засади створення інноваційно-маркетингової моделі нарощення конкурентоспроможності туристичної галузі в Україні.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку міжнародного туризму в умовах соціально-економічної глобалізації.

Предметом дослідження є структурно-функціональні фактори розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в сучасних умовах.

Методи дослідження. У дисертаційному дослідженні застосовуються методи дослідження, які ґрунтуються на опрацьованих автором положеннях економічної науки у галузі теорії та методології. У процесі роботи широко використовувались *методи аналізу та синтезу* (при дослідженні сутності економічних категорій «послуга», «туризм», «міжнародний ринок туристичних послуг», «туристична послуга», багаторівневої системи регулювання ринку туристичних послуг, процесів розвитку світового та вітчизняного туристичних ринків та виявленні ключових факторів, що обумовлюють їх розвиток, функціонально-видової диверсифікації міжнародного ринку туристичних послуг: п.1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3); *методи системно-структурного аналізу* (під час дослідження структурних змін на міжнародному ринку туристичних послуг, механізмів функціонування світового ринку туристичних послуг та місця України на міжнародному ринку туристичних послуг: п.1.2, 2.1, 2.3); *методи історичного аналізу* (при дослідженні етапів розвитку світового туристичного ринку та ключових етапів розвитку вітчизняного туристичного ринку: п. 2.1, 2.3); *економіко-статистичні методи дослідження* (при кількісній оцінці тенденцій розвитку ринку туристичних послуг: п.2.1); *методи експертних оцінок* (при оцінці конкурентних переваг українського туристичного продукту на світовому ринку: п.3.2); *методи секторального аналізу* (при розробці механізмів формування кластерних утворень у туристичній галузі України: п. 3.1); *евристичні методи досліджень* (під час пошуку ідей щодо розробки програми просування туристичного продукту України на міжнародний ринок та формуванні інноваційно-маркетингової моделі забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств в Україні: п. 3.2, 3.3); *статистичний та графічний метод* (під час обробки і узагальнення статистичних даних та їх відображення у найбільш інформативній формі – таблиці, рисунки, діаграми, тощо: п.1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3).

Наукова новизна одержаних результатів дисертації полягає у комплексному дослідженні якісних і кількісних параметрів сучасного світового ринку туристичних послуг, трансформаційних змін, що відбуваються в його структурі та функціях за умов глобалізації і теоретико-методологічному обґрунтуванні механізму формування конкурентоспроможності національних туристичних підприємств.

Нові наукові положення, отримані автором, які виносяться на захист, полягають у такому:

вперше одержано:

– обґрунтування механізму підвищення конкурентоспроможності національного туристичного комплексу, визначено інструментарій, важелі реалізації та запропоновано такі його основні компоненти: туристична кластеризація, яка відповідає сучасним критеріям розвитку вітчизняного туризму в регіонах та реалізує наявний у них інфраструктурно-рекреаційний потенціал; програма просування національного туристичного продукту на міжнародний ринок через вибір найбільш перспективних туристичних регіонів (Кримський, Карпатський, Дніпровсько-Дністровський, Азовсько-Чорноморський, Поліський, Лісостеповий) та умов їх ефективного позиціювання на міжнародному ринку туристичних послуг;

інноваційно-маркетингова модель діяльності туристичних підприємств, що передбачає, з одного боку, максимальне використання як ординарних, так і радикальних інноваційних сервісних технологій, перманентну диверсифікацію, а з другого боку, – доскональне знання потреб ринку, врахування специфічних інтересів і запитів різних категорій клієнтів, випередження конкурентів на ринку туристичних послуг та запропоновані шляхи її імплементації у практику діяльності вітчизняних туристичних фірм (організаційно-управлінський, фінансовий, суб'єктно-правовий);

удосконалено:

- класифікацію послуг, яка відповідає міжнародній практиці їх обліку, скорочує кількість основних груп та систематизована відповідно до різних напрямків діяльності у сфері послуг, враховуючи їх властивості за такими критеріями: галузевими напрямками (фінансові, зв'язку, професійні, ділові, комерційні та туристичні послуги), характером спрямування (споживчі, соціальні, виробничі, розподільчі), національними ознаками (послуги для внутрішнього споживання, міжнародні послуги), зв'язком із торгівлею та рухом капіталу (послуги пов'язані з торгівлею, інвестиціями та виробничою кооперацією тощо), зв'язком з виробничими процесами (факторні, нефакторні), природою дій (відчутні, невидимі), місцем надання (послуга пропонується на території її споживання, послуга споживається за кордоном, послуга не переміщується) та законністю здійснення (легальні, напівлегальні та нелегальні);

- теоретичні підходи до аналізу впливу новітніх структурно-функціональних факторів на розвиток міжнародного ринку туристичних послуг, таких як: процеси інтернаціоналізації світової економіки (зростання обсягів прямих іноземних інвестицій у туристичній сфері, розвиток ділового туризму, формування туристичних ТНК); розвиток інформаційних технологій; зміна типів споживачів (які надають перевагу індивідуальним турам з особистісним формуванням туристичного продукту); розвиток транспортної інфраструктури; загострення конкуренції з одночасним поглибленням кооперації між суб'єктами туристичного ринку, що дозволило виявити якісні трансформації в географічній, віковій, освітньо-професійній, національній, статевій, країновій структурі туристичних потоків та обґрунтувати характер диверсифікації туристичних послуг в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів;

- визначення сучасної диспозиції основних світових туристичних центрів (країни-монополісти міжнародного туристичного ринку – США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія, Австрія, Німеччина, Греція, Кіпр, Ізраїль; нові регіони – Китай, Туреччина, Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, острівні країни Північної Америки; найбільш перспективні країни – Мексика, Аргентина, Південна Корея, Малайзія, Таїланд, Тайвань, Гонконг та країни-апліканти – Росія, Україна, Казахстан, Болгарія, Румунія, Саудівська Аравія, ОАЕ, Іран, Венесуела, Індія) за такими критеріями, як інтенсивність туристичних потоків; дохідність галузі; безпечність та престижність подорожі; цінова конкурентоспроможність; розвиток інфраструктури і транспорту;

дістало подальший розвиток:

- поглиблення сутності економічних категорій «послуга», яка, на думку автора, поєднує в собі процес одночасного надання та отримання іншими суб'єктами благ для задоволення їх потреб, переважно у нематеріальній формі та на комерційній основі, і «міжнародний ринок туристичних послуг», зміст якої не обмежується суто економічними взаємовідносинами між суб'єктами ринку туристичних послуг, але й

включає також державне та міждержавне регулювання туристичного ринку, яке здійснює суттєвий вплив як на попит, так і на пропозицію на туристичному ринку;

- комплексна характеристика сучасного стану вітчизняного туристичного бізнесу та конкурентних позицій України на міжнародному туристичному ринку через аналіз галузевого та регіонального потенціалу; інфраструктурної компоненти; рівня застосування сервісних технологій; ефективності функціонування туристичних фірм та професійного рівня кадрів, що дало змогу виявити загрози та можливості активізації розвитку сфери міжнародного туризму в Україні.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення сформульованих автором у дисертації теоретичних положень, висновків та рекомендацій полягає у тому, що вони можуть слугувати методологічною базою для стратегії розвитку української туристичної галузі на загальнонаціональному та регіональному рівні та стратегії просування українських туристичних підприємств, механізмів динамічної підтримки їх конкурентоспроможності.

Висновки і окремі рекомендації дисертації використано при розгляді Державною службою туризму та курортів доповідної записки «Стратегія формування кластерної моделі туризму України» (довідка № 1.5/08-1209 від 03.10.2007р.); Управлінням культури та туризму Київської обласної державної адміністрації, зокрема матеріалів, які стосуються вдосконалення механізмів співробітництва комерційного та державного секторів щодо залучення фінансових ресурсів для активізації розбудови та підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору України (довідка № 1024/01-10 від 04.10.2007 р.); туристичною організацією «Щастя Тревел» при комплексному аналізі пріоритетних напрямків розвитку сучасного міжнародного туризму, характеристик головних туристичних центрів і їх конкурентних переваг, основних сегментів світового туристичного ринку та ін. (довідка № 0510 від 28.09.2007р.). Матеріали дослідження використовуються також у навчальному процесі ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» при викладанні курсів «Міжнародна економічна діяльність», «Міжнародна економіка» студентам факультету міжнародної економіки та менеджменту і слухачам Центру магістерської підготовки (довідка від 19.10.2007р.).

Особистий внесок здобувача. Усі наукові результати, які викладені у дисертаційній роботі та виносяться на захист, отримані автором особисто.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та теоретичні висновки доповідались на 8 міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема на міжнародній науково-практичній конференції «Реформування фінансово-кредитної системи і стимулювання економічного зростання» (4–5 червня 2004р., м.Луцьк, Волинський державний університет ім. Л.Українки); міжнародній науково-практичній конференції «Динаміка наукових досліджень'2004» (21–30 червня 2004р., м.Дніпропетровськ); міжнародній науково-практичній конференції «Міжнародне співробітництво України (правові проблеми)» (18 листопада 2004р., м.Київ, Київський національний економічний університет); міжнародній науково-практичній конференції «Фінансово-кредитне стимулювання економічного зростання» (3–5 червня 2005р., м.Луцьк, Волинський державний університет ім. Л.Українки); міжнародній науково-практичній конференції «Моделі та стратегії євроінтеграції України: економічні та правові аспекти» (30 травня 2005р., м.Київ, Українська академія зовнішньої торгівлі); міжнародній науково-практичній конференції «На схід та південь від ЄС: проблеми формування спільного європейського економічного

простору» (5–6 жовтня 2006р., м. Київ, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана); міжнародній науково-практичній конференції «Ефективність використання матеріальних та нематеріальних ресурсів за динамічного розвитку регіонів» (19 жовтня 2006р., м. Кельце, Польща, Вища школа регіонального економічного розвитку та туризму); міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми глобалізації та моделі стійкого розвитку економіки» (21–23 березня 2007р., м. Луганськ, Східноукраїнський університет ім. В. Даля).

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи опубліковано автором самостійно у 14 наукових працях, у тому числі 6 статтях у наукових фахових виданнях, 8 публікаціях у збірниках матеріалів міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій. Загальний обсяг опублікованого матеріалу, що належить особисто дисертантові, становить 5,03 д.а.

Структура дисертаційної роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів і висновків, додатків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертаційної роботи становить 192 сторінки комп'ютерного тексту. У тексті дисертації розміщено 29 рисунків на 15 сторінках і 23 таблиць на 14 сторінках та 7 додатків на 9 сторінках, список використаних джерел налічує 198 найменувань на 16 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, об'єкт і предмет дослідження, методологічну базу, наукову новизну та практичне значення одержаних автором результатів.

У **розділі 1 «Методологічні засади дослідження міжнародного ринку туристичних послуг»** досліджено теоретичні аспекти та ключові фактори розвитку сучасної сфери послуг, дана всебічна характеристика сутності та структури міжнародного ринку туристичних послуг, розкрито багатокomпонентну систему його регулювання на всіх рівнях.

Комплексний аналіз трансформаційних процесів, що відбулися в розвитку світового господарства упродовж останньої чверті XX і на початку XXI століть, дозволив виявити такі новітні тенденції і закономірності як соціалізація світової економіки, фундаментальні зрушення у її структурі, передусім випереджаючий розвиток сфери нематеріального виробництва, глобалізація товарних, фінансових і ринків праці, формування всесвітнього інформаційно-комунікативного простору, що суттєво вплинуло на посилення ролі у світовій економічній системі сектору послуг. Дана обставина викликала необхідність поглибленого дослідження самої категорії «послуга», котра за цих умов наповнюється новим змістом і якісними ознаками.

У дисертації проаналізовано і систематизовано підходи вітчизняних та зарубіжних дослідників даної проблематики стосовно сутності та сучасних характеристик поняття «послуга», що дозволило виділити дві основні течії: представники традиційного підходу, такі, як Л.Агафонова, А.Александрова, Ф.Велас, С.Гаврилюк, Є.Голубков, Е.Кадт, В.Кифяк, Ф.Котлер, С.Мочерний, Л.Лозовський, А.Чудновський, розглядають послугу як сукупність дій, яка пов'язана із наданням однією із сторін вигід іншій стороні переважно в нематеріальній формі. Інша група вчених, таких, як Г.Багієв, В.Маркова, Є.Окладникова, В.Сапрунова, Ю.Чеботарь, І.Черніна, А.Челенков, розуміють під послугами певні блага (споживчі вартості), які одержує одна із сторін також переважно у нематеріальній формі. Відмінність позиції останніх полягає в тому, що послуга – це не сама дія або діяльність (процес), а результат дії, тобто блага, котрі отримує споживач послуги. Обом підходам

притаманні, як свідчить проведене дослідження, неповнота характеристики сучасного змісту послуги та неврахування ряду її властивостей та ознак. Виходячи з цього, автором зроблена спроба дати власне визначення категорії «послуга», яке зводиться до розуміння послуги як економічної категорії, що поєднує в собі процес одночасного надання та отримання іншими суб'єктами благ для задоволення їх потреб, переважно у нематеріальній формі та на комерційній основі.

На базі існуючих в сучасній літературі класифікацій послуг автором було запропоновано власну класифікацію, яка скорочує кількість основних груп, складена відповідно до різних напрямків діяльності у цій сфері та включає в себе такі критерії: галузеві напрямки, зв'язок із торгівлею та рухом капіталу, зв'язок з виробничими процесами, природа дій послуг, місце надання, характер спрямування послуг, національні ознаки та законність здійснення послуги.

Значна увага в дисертації приділена характеристиці кількісних і якісних параметрів міжнародного ринку послуг як важливої підсистеми світового товарного ринку. Виокремлено фактори, що впливають на динаміку, видову та географічну структуру ринку, диверсифікацію послуг, до яких належать: перехід розвинутих країн до постіндустріальної моделі розвитку, поглиблення інноваційних процесів, розвиток комунікативних засобів та людського ресурсу. Результатом дії цих факторів протягом останнього півстоліття стало чотирикратне зростання асортименту послуг, підвищення їх частки у структурі ВВП розвинених країн до 65-70% та суттєве випередження темпів зростання світової торгівлі послугами у порівнянні з товарною торгівлею.

Систематизація та критичний аналіз поглядів вітчизняних та зарубіжних вчених на сутність економічної категорії «міжнародний ринок туристичних послуг» дозволили дисертанту виділити основні підходи: представники першого, передусім українські та російські вчені, такі, як Л.Агафонова, М.Біржаков, Е.Вавілова, В.Квартальнов, Г.Папирян, Т.Сокол, спираючись на системний підхід, класифікують міжнародний ринок туристичних послуг як відносини між суб'єктами різних країн з приводу реалізації та споживання туристичного продукту в міжнародних масштабах. На противагу їм зарубіжні вчені, зокрема такі, як Ф.Алер, Р.Бартон, Р.Браймер Р., Г.Ган, К.Купер, Н.Реймерс, Дж.Холловей та ін., відстоюють суб'єктний підхід до визначення послуг, трактуючи його як сукупність суб'єктів із різних країн світу, котрі реалізують свої інтереси через створення, продаж та споживання туристичного продукту в міжнародній сфері. На підставі опрацювання існуючих формулювань сутності даної категорії дисертантом встановлено, що в представлених визначеннях не враховані процеси міждержавного та глобального регулювання світового туристичного ринку, що спричиняють суттєвий вплив на динаміку та структуру міжнародних туристичних потоків. Виходячи з цього, автор вважає, що міжнародний ринок туристичних послуг – це сукупність міжнародних організаційно-економічних відносин між суб'єктами ринку в глобальному просторі з приводу формування, продажу та споживання туристичного продукту, де задовольняється широкий спектр фізіологічних, матеріальних та духовних запитів туристів у міжнародних масштабах.

Наступним етапом у дослідженні даної проблеми є з'ясування основних параметрів щодо масштабів, рівня та структури міжнародного ринку туристичних послуг. На цій основі дисертант виокремлює структурно-функціональні фактори трансформації міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. На базі глибокого аналізу теоретичних та практичних матеріалів автором поряд з традиційними факторами розвитку світового туристичного ринку (економічне

зростання і соціальний прогрес країн світу, інтенсифікація праці, розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів, спрощення валютних відносин та митних формальностей) розкриті новітні структурно-функціональні фактори, які вплинули на сучасну диспозицію країн на світовому туристичному ринку (процеси інтернаціоналізації світової економіки, розвиток інформаційних технологій, зміна типів споживачів туристичних послуг, розвиток транспортної інфраструктури туризму, розвиток конкуренції і кооперації підприємств туристичної сфери).

Разом з тим автором виявлено значне відставання ефективного інституційного забезпечення розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, що знаходять свій прояв у тому, що породжує такі негативні явища як непланованість та значне накопичення туристичних потоків, відсутність відповідної безпеки подорожуючих, невідповідність інфраструктури, нелегальна трудова міграція та торгівля людьми, збільшення кількості форс-мажорних обставин. Це й викликає необхідність розширення мережі туристичних агенцій та їх взаємодії з іншими урядовими структурами (міністерствами закордонних справ та охорони здоров'я країн, різноманітними юридичними органами та відповідними органами з прав людини, метеорологічними службами тощо). Так, сектор послуг перетворюється на один із ключових сегментів сучасного глобального ринку, в структурі якого чільне місце посідають туристичні послуги, колосальним є розмах міжнародних туристичних операцій, який охопив більшість країн світу, що і обумовлює посилену увагу до проблем регулювання світової сфери туристичних послуг на всіх рівнях – національному, наднаціональному та глобальному.

Як показує міжнародний досвід, на національному (державному) рівні питаннями маркетингу міжнародного туристичного ринку опікуються, як правило, міністерства внутрішніх і закордонних справ країн або спеціалізовані туристичні агенції та організації, в компетенції яких входить організація обміну туристами, їх правовий захист та соціальне страхування, візова підтримка тощо. За умов посилення інтенсивності туристичних потоків виникла потреба у створенні наднаціональних (регіональних) структур у межах міждержавних комісій, таких, як Європейська економічна комісія (ЄЕК), Латинської Америки і Карибського регіону (ЕКЛАК), Західної Азії (ЕКЗА), Африки (ЕКА) та Азії і Тихого океану (ЕСКАТО), якими ведеться регулювання переважно в рамках двосторонніх та багатосторонніх угод про захист мігрантів, територіального розміщення, умов депортації, продовження терміну перебування, забезпечення мінімальних соціальних стандартів тощо. На глобальному рівні регулювання здійснюється в рамках Організації Об'єднаних Націй Всесвітньою туристичною організацією, практична допомога якої надається у вигляді місій, консультацій та проектів з питань стратегій розвитку туризму, маркетингу або розробки проектів матеріально-технічного і кадрового забезпечення, статистики. На основі аналізу багаторівневої системи регулювання міжнародного туристичного ринку автор резюмує, що у сучасному світі поряд із значним нарощенням туристичних потоків спостерігається катастрофічне зростання чисельності незаконної трудової міграції. На думку автора, для вирішення даної проблеми, з якою не може справитись нинішня інституційна система, необхідно спільно з туристичними інституціями всіх рівнів та провідними організаціями, які регулюють людські (міграційні), потоки розробити нові норми, правила та стандарти пересування людей та перетинання їх митних кордонів країн.

У розділі 2 «Умови та чинники трансформації міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобального розвитку» дисертантом

проаналізовано структурно-функціональні зміни, яких зазнав міжнародний ринок туристичних послуг в умовах поглиблення інтернаціоналізації світового господарства, визначено місце і роль України у міжнародних туристичних процесах.

Упродовж останніх тридцяти років під впливом вищевказаних факторів галузь міжнародного туризму зазнала суттєвих трансформацій і перетворилася в авангардний сегмент глобального ринку. Всебічний аналіз структурних змін на міжнародному ринку туристичних послуг дозволив автору узагальнити основні тенденції та виявити його передиспозицію.

Дисертант відзначає, що значно видозмінилась туристична карта світу за рахунок зростання чисельності країн, які інтегрувалися у світовий економічний і гуманітарний простір. Вона відбиває процес формування ряду регіональних туристичних ринків, які відрізняються між собою за критеріями: інтенсивності туристичних потоків, видами туристичних послуг, контингентом туристів, розвитком туристичної інфраструктури, рівнем регулювання туристичних процесів. У роботі доведено, що на сьогодні сформувалися такі туристичні ринки: традиційні країни-монополісти (США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія, Австрія), нові регіони (Китай, Туреччина, Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, острівні країни), найбільш перспективні країни (Мексика, Малайзія, Таїланд, Тайвань, Гонконг) та країни-апліканти (Росія, Україна, Казахстан, Болгарія, Румунія, Саудівська Аравія, ОАЕ). Так, визначаючи провідні туристичні центри світу, слід враховувати щонайменше два критерії - кількість іноземних туристів, яких приймає країна та дохід від міжнародного туризму (табл.1).

Таблиця 1.

Країни-лідери за відвідуваннями туристів та доходами від міжнародного туризму

Країна	1995 р.		2000 р.		2004 р.		2005 р.		2006 р.	
	туристичні прибуття, млн. чол.	доходи від туризму, млрд. до л.	туристичні прибуття, млн. чол.	доходи від туризму, млрд. дол. .	туристичні прибуття, млн. чол.	доходи від туризму, млрд. до л.	туристичні прибуття, млн. чол.	доходи від туризму, млрд. дол.	туристичні прибуття, млн. чол.	доходи від туризму, млрд. до л.
Світ	536	405	684	474	761	633	802	678	842	735
Франція	73,1	27,5	77,2	30,8	75,1	45,3	75,9	44,0	79,1	46,3
Іспанія	46,8	25,3	47,9	30,0	52,4	45,2	55,9	48,0	58,5	51,1
США	48,5	63,4	51,2	82,4	46,1	74,5	49,2	81,8	51,1	85,7
Китай	27,0	8,7	31,2	16,2	41,8	25,7	46,8	29,3	49,6	33,9
Італія	36,5	28,7	41,2	27,5	37,1	35,7	36,5	35,4	41,1	38,1
Великобританія	23,3	20,5	23,2	21,9	25,7	28,2	28,0	30,7	30,1	33,5
Німеччина	17,1	18,0	19,0	18,7	20,1	27,7	21,5	29,2	23,6	32,8
Австрія	17,5	12,9	18,0	9,9	19,4	15,6	20,0	16,0	20,3	16,7

Джерело: побудовано автором за: UNWTO Tourism Highlights 2007 Edition

На основі комплексного аналізу динаміки туристичних потоків автор виявив, що істотно розширилась і урізноманітнилась суб'єктна структура міжнародного ринку туристичних послуг, яка проявляється у багатократному зростанні чисельності туристів, вагомих змінах статеві-вікової, професійної, національно-етнічної та соціальної структури (у туристських потоках майже усіх провідних країн переважають представники середнього класу: від 40% в Нідерландах до 59% в Італії, туристи з невисоким статком – Франція (36%), Італія (31%), представники вищого класу – із Німеччини (43%), Нідерландів (41%), Великобританії (37%); лише у Франції спостерігається невелика перевага жінок в туристичному потоці, в інших країнах – переважають чоловіки, особливо в Італії – 61%; за віковою структурою туристичного ринку більшості країн світу спостерігається активна участь у міжнародних

туристичних процесах людей віком 30–44 роки (35% туристів), хоча в окремих країнах серед подорожуючих є і старші за віком – до 60 років (наприклад, у Франції – 30%).

Автор доводить, що докорінних змін зазнала і видова структура міжнародного ринку туристичних послуг. Поряд із традиційними видами туризму (культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, релігійний) за останні два десятиліття широкого поширення набули неординарні та специфічні види туризму (трудова міграція, зелений, екологічний, екстремальний туризм та інші).

У процесі дослідження стало також очевидним вдосконалення інституційної структури світового туристичного ринку, підтвердженням чого є розширення функцій існуючих інституцій та створення нових як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Дисертант зазначає, що бурхливий розвиток міжнародного туризму протягом останнього півстоліття у першу чергу обумовлено його функціональною диверсифікацією через задоволення широкого спектру потреб, запитів та інтересів, задовольнити які покликаний у повній мірі туристичний ринок. Функції міжнародного туризму як системи подорожей, що здійснюються на базі міждержавних договорів, з врахуванням діючих міжнародних норм і місцевих звичаїв, визначаються характером його впливу на країну. В роботі класифіковано сучасні функції ринку туристичних послуг з виокремленням наступних їх груп: економічна, соціально-культурна, оздоровчо-спортивна, освітньо-професійна, екстремальних видів туризму (альпінізм, пригодницький, гірський, підводний, мисливський туризм).

Що ж стосується місця нашої держави на міжнародному ринку туристичних послуг, то автор констатує значне відставання України від світових лідерів (США, Німеччини, Іспанії, Франції та Італії) за кількістю відвідувань туристами та одержанню грошових надходжень до державного бюджету від даної галузі і не відносить її до групи нових динамічних туристичних регіонів, які характеризуються високими темпами зростання туристичної галузі та збільшенням її ролі у економічному розвитку країни в цілому. Однак особливості географічного розташування та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природно-ресурсного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу створюють для України, яка досі вважалась новачком на світовій туристичній карті, можливості для інтенсивного розвитку різних видів туризму та визначають перспективи перетворення її на конкурентоспроможний туристичний центр світового рівня.

У розділі 3 «Організаційно-економічний механізм підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичної галузі України» автором розроблено та запропоновано до впровадження кластерну та інноваційно-маркетингову моделі як методи підвищення конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі, сформульовано рекомендації щодо побудови та реалізації стратегії просування туристичного продукту України на міжнародний ринок.

Дисертантом на підставі опрацювання теоретико-методологічних рекомендацій стосовно побудови кластерних організаційних структур та з урахуванням фактично початкового етапу становлення туристичних кластерів в Україні рекомендовано оптимальну структуру побудови регіональних туристичних кластерів, яка відповідає сучасному рівню розвитку коопераційних взаємозв'язків між туристичними підприємствами та включає такі структурні елементи: генератор (лідер) кластеру (туристичний оператор, який формує комплексний туристичний продукт, визначає

стратегію його просування на ринку та в цілому відповідає за стратегію розвитку усієї кластерної структури); функціональні структурні одиниці, що будуть відповідати за дослідження, збут та просування туристичного продукту (туристичні агенції, що продають сформований туроператором туристичний продукт, маркетингові агенції та рекламні агенції); функціональні структурні одиниці, що будуть виконувати функцію створення основного туристичного продукту (транспортні перевізники, готельні компанії, ресторани (кафе, бари) та бюро екскурсійного обслуговування); функціональні структурні підрозділи, що виконуватимуть підтримуючі функції та забезпечуватимуть необхідний додатковий сервіс для туристів (кінотеатри, фітнес-центри, більярдні, боулінг-клуби, торговельно-розважальні центри, казино, страхові компанії та медичні центри); функціональні структурні підрозділи, що забезпечуватимуть динамічний розвиток та зростання кластеру (спеціалізовані кадрові агенції, профільні вищі навчальні заклади, фінансові установи, представники місцевих органів влади та ін.).

Як свідчить світовий досвід, саме кластери найбільш адекватно відповідають сучасним критеріям розвитку туризму в регіонах завдяки ефективній реалізації наявного в них потенціалу. Виходячи з цього, автором запропоновано регіональну диференціацію туристичної галузі в Україні, яка вимагає розробки відповідних кластерних стратегій.

Для регіонів з високим рівнем туристичного попиту та розвиненою інфраструктурою (АР Крим, Одеська область, м. Київ та Севастополь), на думку автора, необхідне проникнення, нарощення та утримання конкурентних позицій на міжнародному ринку туристичних послуг (освоєння нових міжнародних ринків, активна співпраця з зарубіжними представництвами по залученню додаткової кількості іноземних туристів, організація регіональних Інтернет-порталів, орієнтованих на зарубіжні сегменти туристичного ринку, спільна участь учасників кластеру у міжнародних туристичних виставках).

У роботі зазначено, що розширення пропозиції туристичних послуг для іноземних громадян через мобілізацію усіх можливих компонентів туристичного потенціалу цих регіонів, ретельне дослідження туристичного попиту та намагання створити продукт, що відповідає даному попиту, підвищення рівня пропонованого сервісу та активізація дій щодо просування туристичного продукту на міжнародні ринки є особливо важливими для розвитку кластерної стратегії регіонів з розвиненою інфраструктурою та відносно невисоким попитом (Дніпропетровська, Донецька, Львівська та Харківська області).

Досліджуючи потенціал регіонів із слабким розвитком інфраструктури та високим попитом (Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Миколаївська області), автор пропонує інфраструктурну стратегію, яка спрямована на подальший розвиток туристичної інфраструктури в регіоні. Провідна роль у туристичних кластерах цих регіонів на перших етапах їх формування повинна належати органам місцевої влади та їх інвестиційним програмам щодо залучення інвестиційних ресурсів для фінансування розвитку туристичної інфраструктури.

Разом з тим регіонам із слабкою туристичною інфраструктурою та невисоким попитом (Вінницька, Волинська, Луганська, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська, Чернівецька області) необхідне створення відносно невеликих за масштабами та кількістю учасників спеціалізованих кластерів, які будуть орієнтовані на невеликі сегменти туристичного ринку. На думку дисертанта,

в цих регіонах найбільша перспектива – це створення невеликих кластерів у сфері зеленого туризму та екологічного туризму, а також створення вибіркового міських кластерів у тих містах, які володіють найбільшим туристичним потенціалом.

Розбудова в Україні туристичної галузі, яка дедалі більше інтегрується у світову туристичну індустрію, є одним із ключових напрямів структурної перебудови економіки. Пріоритетність розвитку в'їзного туризму позитивно позначається на підвищенні якості життя в Україні, створенні додаткових робочих місць, поповненні валютних запасів держави, підвищенні її конкурентного статусу на міжнародній арені. Автор вважає, що на даний момент актуальним завданням у сфері розбудови туристичної галузі в Україні є формування програми просування українського туристичного продукту на міжнародний ринок, яка включає в себе: визначення пріоритетних туристичних регіонів та продуктів; формування стратегії просування туристичних регіонів та її реалізація через організацію продажу туристичних послуг за кордоном вітчизняними туристичними представництвами, спільну участь туристичних фірм регіону у міжнародних туристичних виставках, розробку регіональних туристичних Інтернет-порталів, забезпечення рекламної–інформаційної діяльності зі створення позитивного іміджу України як туристичного центру.

Проведені дослідження показали, що підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств в умовах формування нових типів споживачів можливе через постійну реалізацію системи інновацій на різних етапах життєвого циклу товару (перманентна диверсифікація продуктового портфелю, планування та створення нових поліпшених туристичних пропозицій, пошук нових цільових сегментів та способів задоволення потреб туристів). З урахуванням визначених динамічних змін середовища автором запропоновано впровадити на підприємствах цієї сфери 3-х модульну систему маркетингового управління інноваціями (рис.1).

Функція 1-го модуля полягає у перманентному аналізі тенденцій розвитку туристичного ринку, структури попиту на ньому, дослідженню ринкового стану власних туристичних продуктів з позицій життєвого циклу, моніторингу туристичної пропозиції конкурентів та оцінці їх інноваційної активності. У рамках 2 модулю вирішуються такі питання, як планування нового туристичного продукту (це може бути або принципово новий туристичний напрямок, або послуга в межах уже існуючого туристичного напрямку), визначення цільового сегменту споживачів, на яких орієнтований продукт-новинка, конкурентних переваг нового туристичного продукту у порівнянні з існуючими аналогами, встановлення конкурентної ціни на новий продукт і планування каналів його продажу та оцінка засобів стимулювання збуту (складається план по обсягах продажу нового туристичного продукту та очікуваних доходах від його впровадження на туристичний ринок). У 3 модулі вирішуються організаційні питання формування нового туристичного продукту та його реалізації, проводиться підготовча рекламна кампанія з активного просування на ринок нового туристичного продукту, здійснюються відповідні коригування основних характеристик продукту та комплексу маркетингу в процесі просування нового продукту на ринок, а у випадках його неконкурентоспроможності – приймається рішення щодо можливого зняття його з ринку.

Рис 1. Структура модульної системи управління
продуктовими інноваціями на туристичному підприємстві

Резюмуючи розділ дисертаційного дослідження, автор зазначає, що в умовах ринкової економіки інноваційна політика підприємств є визначальним інструментом у конкурентній боротьбі, що забезпечує умови для реалізації потреб споживачів, причому найбільшого успіху домагаються ті підприємства, у яких інноваційна діяльність і впровадження нових продуктів та послуг являють собою безупинний процес управління інноваційною активністю. Тому впровадження в практику українських туристичних підприємств запропонованої інноваційно-маркетингової системи сприятиме динамічній підтримці їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичному ринку.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання, яке базується на застосуванні механізму формування конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі через впровадження туристичної кластеризації, інноваційно-маркетингової моделі розвитку та програми просування українського туристичного продукту на світовий туристичний ринок. Міждисциплінарне дослідження сутності міжнародного ринку

туристичних послуг, різнобічний аналіз структурно-функціональних факторів його розвитку та ефективного функціонування дозволило сформулювати такі висновки:

1. В умовах трансформації світового господарства кінця XX і початку XXI ст., формування глобального інформаційного ринку та переходу розвинених країн до постіндустріальної моделі розвитку міжнародний ринок послуг виступає каталізатором стрімкого піднесення світової економіки. Торгівля послугами є складовою частиною і рушійною силою розвитку інших галузей господарства та одним з вирішальних чинників зростання країн, що розвиваються, країн з перехідною економікою і найменш розвинених країн. Сучасна сфера послуг перетворюється на один із ключових сегментів світового ринку, де чільне місце займають туристичні послуги. Значення туризму у міжнародній економічній діяльності постійно зростає, а сам ринок набуває нових тенденцій та особливостей, впливаючи на торгівлю, транспорт та зв'язок, сільське господарство і будівництво. Процеси глобалізації на туристичному ринку характеризуються зміною технологій, модернізацією транспортної інфраструктури, інтернаціоналізацією ділової активності та створенням механізму регулювання.

2. У процесі всезростаючої глобалізації і лібералізації пріоритетним завданням у сфері міжнародної системи регулювання торгівлі послугами має бути удосконалення механізмів, що стосуються, насамперед, вимог до відкритості третіх країн, реалізації принципу недискримінації та застосовування обмежувальної ділової практики, яка є на заваді розвитку конкурентного середовища. В міру розвитку цих же процесів відбувається формування більш цілісного міжнародного ринку туристичних послуг із посиленням взаємозалежності його учасників із різних країн, що потребує оперативного регулювання на глобальному (Всесвітньою туристичною організацією), наднаціональному (міждержавними комісіями в рамках двосторонніх та багатосторонніх угод) та національному (міністерствами внутрішніх та закордонних справ країн або спеціалізованими туристичними агенціями та організаціями) рівнях та поглиблення співпраці між суб'єктами туристичного ринку, урядовими та міжнародними організаціями.

3. Застосування методів структурно-системного аналізу показали, що на новітній світовій туристичній карті, через зміну конкурентоспроможних позицій національних туристичних індустрій різних країн, виявлена їх передиспозиція з градацією на традиційні країни-монополісти міжнародного туристичного ринку; нові регіони; найбільш перспективні країни та країни-апліканти. Сучасний етап розвитку туризму як ефективної галузі господарства, так і соціально-культурного явища, характеризується переосмисленням його ролі та функцій. В умовах глобалізації через характер впливу на країни міжнародного туризму визначаються його функції (економічна, соціально-культурна, оздоровчо-спортивна, освітньо-професійна, екстремальних видів туризму) як системи подорожей, що здійснюються на базі міждержавних договорів, з урахуванням діючих міжнародних норм і місцевих звичаїв.

4. Україна як самостійний суб'єкт міжнародної економічної діяльності залишається недостатньо залученою до міжнародних туристичних процесів, хоча особливості географічного розташування, сприятливий клімат, унікальні природно-рекреаційні ресурси та велика кількість історико-культурних пам'яток створюють можливості для інтенсивного розвитку багатьох видів туризму. Особливо стрімко розвиваються новітні види: екологічний, пригодницький, зелений та діловий туризм. Серед основних факторів, що гальмують розвиток національної туристичної галузі, є незадовільний стан розвитку інфраструктури та матеріально-технічної бази туризму,

високі ціни, екологічні та кримінальні ризики, низька інноваційна активність туристичних підприємств. Передумовою подальшого розвитку вітчизняного туризму відповідно до тенденцій міжнародного ринку туристичних послуг є залучення до міжнародної законодавчої та нормативно-правової бази туризму, передових надбань найбільш розвинутих туристичних індустрій, впровадження стандартів якості туристичного обслуговування, прогресивних технологій та методів підвищення кваліфікації туристичних кадрів і практики формування організаційно-економічних механізмів ефективного функціонування туристичної індустрії.

5. Враховуючи бурхливий розвиток міжнародного туризму та значні перспективи для його розвитку в Україні, актуальним залишається пошук оптимальної економічної моделі подальшого розвитку туристичної галузі. Як свідчить світовий досвід, однією з найбільш ефективних моделей розвитку туристичної індустрії є кластерна модель, яка передбачає комплекс заходів по сприянню розвитку функціонуючих та підтримку створення нових кластерних утворень у вітчизняному туризмі. В залежності від рівня розвитку інфраструктури та наявного попиту в регіонах за допомогою диференційованого підходу визначаються такі кластерні стратегії: проникнення, нарощення та утримання конкурентних позицій на міжнародному ринку туристичних послуг; мобілізація усіх компонентів туристичного потенціалу регіонів; інфраструктурна стратегія та стратегія створення невеликих за учасниками та масштабами туристичних кластерів.

6. Розбудова туристичної галузі України визначається у програмі просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних туристичних регіонів та продуктів, формування стратегії просування туристичних продуктів регіонів, її реалізації на міжнародних ринках та забезпечення постійного моніторингу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств.

7. В умовах поступового скорочення життєвих циклів туристичних продуктів та формування нових типів споживачів туристичних послуг виникає необхідність для створення інноваційно-маркетингової моделі, спрямованої на динамічне відстеження тенденцій туристичного попиту, виявлення незадоволених туристичних потреб, орієнтацію на створення нових, високоінноваційних туристичних послуг та їх просування на ринок з метою максимально комплексного задоволення потреб споживачів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

У провідних наукових фахових виданнях:

1. Костина (Антонюк) К.В. Сучасні тенденції розвитку міжнародних туристичних ринків // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі. – 2006. - №4(32).- С.148-157. – 0,62 д.а.

2. Костина (Антонюк) К.В. Домінанти торгівлі послугами в сучасному світовому господарстві // Збірник наукових праць. Вип. 50 / Відп. ред. В.Є. Новицький. – К.: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2006. – С. 91-107 – 0,91 д.а.

3. Костина (Антонюк) К.В. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні // Зовнішня торгівля: право та економіка. - №1(30). - К.: УАЗТ, 2007. – С. 41-49. - 0,77 д.а.

4. Антонюк К.В. Інноваційно-маркетингова модель розвитку конкурентоспроможності туристичного сектору в Україні // Економіка та

підприємництво. Зб. наук. праць. Вип. 19. – К.: КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2007. – С. 56-65. - 0,44 д.а.

5. Антонюк К.В. Регіональні кластерні моделі у туристичній галузі України // Економіка: проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць. Вип. 231. Том V. – Д.: ДНУ, 2007. – С. 810-819. - 0,45 д.а.

6. Костина (Антонюк) К.В. Шляхи диверсифікації туристичних послуг в Україні // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Зб. наук. праць. Вип.18. Том II. – О.: ОНУ ім. І. Мечникова, 2008.- С. 62-70. - 0,58 д.а.

В інших виданнях:

7. Костина (Антонюк) К.В. Розвиток міжнародного ринку фінансових послуг // Реформування фінансово-кредитної системи і стимулювання економічного зростання: Матеріали міжнар. науково-практ. конф., 4-5 червня 2004 р. – Луцьк: РВВ «Вежа», ВДУ ім. Л.Українки, 2004. – С. 180-181. - 0,12 д.а.

8. Костина (Антонюк) К.В. Потенціал України на міжнародному ринку послуг // Динаміка наукових досліджень '2004: Матеріали III Міжн. науково-практ. конф. Т. 36, 21-30 червня 2004 р. - Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. – С. 27-28. - 0,08 д.а.

9. Костина (Антонюк) К.В. Гармонізація законодавства України до положень Генеральної угоди про торгівлю послугами // Міжнародне економічне співробітництво України (правові проблеми): Матеріали Міжн. науково-практ. конф., 18 листопада 2004 р.– К.: КНЕУ, 2004. – С. 311-313. - 0,14 д.а.

10. Костина (Антонюк) К.В. Роль міжнародної торгівлі послугами в економічному розвитку України // Фінансово-кредитне стимулювання економічного зростання: Матеріали Міжн. науково-практ. конф., 3-5 червня 2005 р. – Луцьк: РВВ «Вежа» ВДУ ім. Л.Українки, 2005. – С. 111-113. - 0,12 д.а.

11. Костина (Антонюк) К.В. Шляхи поглиблення співробітництва України та ЄС у сфері туризму // Моделі та стратегії євроінтеграції України: економічний і правовий аспекти: Зб. матеріалів IX Міжн. науково-практ. конф., 30 травня 2006 р. – К.: УАЗТ, 2006. – С. 204-206. - 0,11 д.а.

12. Костина (Антонюк) К.В. Сучасні реалії розвитку галузі туризму України в контексті євроінтеграції // На Схід та Південь від ЄС: проблеми формування спільного європейського економічного простору: Зб. матеріалів міжн. науково-практ. конф., 5-7 жовтня 2006 р. – К.: КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2006. – С. 185-188. - 0,2 д.а.

13. K. Antonyk. Potential of development of priority form of tourism in Ukraine // Efektywnosc wykorzystania zasobow materialnych i niematerialnych dla dynamizowania rozwoju regionalnego: III Miedzynarodowa Konferencja Naukowa, 19 pazdziernika 2006. – Kielce, Wyzsza Szkola Ekonomii, Turystyki i Nauk Spolecznych, 2006. – С. 211-216. – 0,36 д.а.

14. Антонюк К.В. Основные черты развития мирового туризма в глобализационных условиях // Проблемы глобалізації та моделі стійкого розвитку економіки: Матеріали III Всеукр. науково-практ. конф. студ., аспір. і молодих вчених – Луганськ, 2007. – С. 8-10. - 0,12 д.а.

АНОТАЦІЯ

Антонюк К.В. Структурно-функціональні фактори розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,

Київ, 2008.

Дисертаційна робота присвячена дослідженню структурно-функціональних факторів розвитку міжнародного ринку туристичних послуг за умов глобалізації. Значну увагу приділено теоретичним основам формування та функціонування світового ринку послуг, систематизації класифікації послуг та дослідженню характеру, масштабів та новітніх тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку, визначенню особливостей його регулювання.

У дисертації проаналізовано структурно-функціональні зміни на міжнародному ринку туристичних послуг, визначено роль та місце України у міжнародних туристичних процесах, обґрунтовано сучасний механізм підвищення конкурентоспроможності національної туристичної галузі.

Ключові слова: послуга, туристична послуга, туристичний продукт, міжнародний ринок туристичних послуг, фактори розвитку туризму, туристичні потоки, туристичні процеси, туристичний кластер, конкурентоспроможність туристичної галузі.

АННОТАЦИЯ

Антонюк Е.В. Структурно-функциональные факторы развития международного рынка туристических услуг. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 - мировое хозяйство и международные экономические отношения». ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», Киев, 2008.

Диссертационная работа посвящена исследованию структурно-функциональных факторов развития международного рынка туристических услуг в условиях глобализации. Значительное внимание в работе уделено теоретическим основам формирования и функционирования мирового рынка услуг. Рассматриваются современные подходы к таким ключевым определениям, как «услуга» и «международный рынок туристических услуг», раскрыто их авторское толкование. Предлагается также систематизированная на основе современной литературы классификация услуг, которая сокращает количество групп и отвечает международной практике их учета.

В диссертационной работе оценен механизм регулирования рынка туристических услуг на национальном (государственном), региональном и глобальном уровнях. На национальном уровне, как показывает зарубежный опыт, вопросами маркетинга международного туристического рынка занимаются министерства внутренних и иностранных дел стран, специализированные туристические агентства и организации, в компетенцию которых и входит организация туристических обменов, правовая защита и социальное страхование туристов, визовая поддержка и др. В современных условиях, когда значительно усилились туристические потоки, возникла потребность в создании целого ряда региональных структур (например, Европейская экономическая комиссия (ЕЭК), экономическая комиссия Латинской Америки и Карибского региона (ЭКЛАК), экономическая комиссия Африки (ЭКА) и др.), которые занимаются регулированием в рамках двусторонних и многосторонних договоров между странами о территориальном размещении туристов, защите мигрантов, условиях депортации, продлении срока пребывания та обеспечением социальных стандартов. На глобальном уровне регулирование осуществляется Всемирной туристической организацией, с помощью которой разрабатываются стратегии развития туризма стран, проекты

Определены и оценены факторы развития, которые повлекли как структурные, так и функциональные изменения мирового туристического рынка. На основе количественных и качественных показателей проанализирована динамика и закономерности развития международного рынка туристических услуг.

Автор комплексно оценил нынешнюю роль нашей страны в мировых туристических процессах, в результате чего выяснилось, что Украина значительно отстает от мировых стран-лидеров за прибыльностью и количествами приезжающих туристов в страну и даже не может считаться страной динамического развития туристических регионов.

Предложен механизм повышения конкурентоспособности национальных туристических предприятий путем внедрения кластерной и инновационно-маркетинговой моделей и программы продвижения национального туристического продукта на мировой рынок. По мнению автора, именно кластерная модель развития туризма является наиболее подходящей для национального туристического сектора, так как соответствует современному уровню его развития в целом и кооперационных связей между туристическими предприятиями. С помощью дифференциального подхода к созданию стратегий кластеров диссертант предлагает выделить 4 их группы для разных регионов в зависимости от их развития: более широкое проникновение на международный рынок; расширение предложения туристических услуг для иностранных туристов с помощью мобилизации всех возможных компонентов туристического потенциала некоторых регионов; инфраструктурная стратегия, направленная на дальнейшее развитие туристической инфраструктуры; создание относительно небольших за масштабами и количеством участников специализированных кластеров, которые будут специализироваться на относительно несущественных сегментах туристического рынка.

По мнению автора, учитывая нынешнее состояние отечественной туристической сферы, актуальным остается формирование эффективной программы продвижения украинского туристического продукта на мировые рынки с помощью совместного участия туристических фирм на международных туристических выставках с достойным представлением там отечественного туристического

продукта, организация продажи туристических услуг за рубежом и создание региональных туристических Интернет-порталов.

Инновационная политика как ключевой инструмент конкурентной борьбы в условиях рыночной экономики является для туристических предприятий способом достижения наибольшего успеха вопреки внедрению новых продуктов и услуг. Исходя из этого, по мнению автора, именно предложенная инновационно-маркетинговая модель развития украинских туристических предприятий будет содействовать динамической поддержке их конкурентоспособности как на внутреннем, так и на международном уровне.

Ключевые слова: услуга, туристическая услуга, туристический продукт, международный рынок туристических услуг, факторы развития туризма, туристические потоки, туристические процессы, туристический кластер, конкурентоспособность туристической отрасли.

ANNOTATION

Antonyuk K.V. Structural-functional factors of development of international market of tourist services. – Manuscript.

The dissertation for applying of economic sciences degree in specialty 08.00.02 – world economy and international economic relations. – SHEE «Vadym Hetman Kyiv National Economic University», Kyiv, 2008.

The dissertation is devoted to the investigation of structural-functional factors of international tourist market services development under conditions of globalization. A great importance is given to the theoretical basis of world market services formation and functioning, to the systematization of services classification and to the investigation of the nature, scales and modern trends in international tourist market development, to the definition peculiarities of its regulation.

The dissertation has analysed structural-functional changes in the international tourist services market, defined the part and the place of Ukraine in international tourist process based modern ways of the growth of our national tourist industry competitiveness.

Keywords: service, tourist service, tourist product, tourist market, international market of tourist services, tourism development factors, tourist movements, tourist process, tourist cluster, competitiveness of tourist industry.