

УДК 338.48

**ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У
СТИМУЛЮВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ: ДОСВІД КРАЇН ЄС ТА
УКРАЇНИ**<https://orcid.org/0000-0003-0545-0919>

Сагірова Аліна Спартаківна, доцент кафедри туризму, к.е.н, доцент, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, e-mail: acc007@i.ua, тел: +380979260203

Sahirova Alina, Associate Professor of Tourism, Ph.D., Associate Professor, State Higher Educational Establishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Mariupol

A. Sahirova. The economic potential of the tourism market in stimulating economic growth: the experience of EU countries and Ukraine.

The article has a review character. The analysis of the development of the tourism market in the EU. The importance of the tourism services market as an important tool for increasing the competitiveness of the economy of the country and its regions is emphasized. At the beginning of the XXI century, the international tourism market acquires new features, is characterized by dynamic development, changes its nature and structure, forms new patterns of synergistic relationships with all sectors of the national and world economy. The study of new relations and patterns of development of the tourist services market is a relevant theoretically and practically oriented task for Ukraine, which determines the relevance of this article.

The economic and social importance of the tourism industry and its influence on the growth of the economic condition of the country are emphasized. Recreation and tourism sector directly or indirectly affects the development of about 50 related and service industries (transport, trade, communications, construction, agriculture, production of consumer goods, etc.), having a direct multiplicative effect on the socio-economic development of the region. Special attention is paid to the development of tourism policy in the European Union. Defined the basic principles necessary to ensure the development of tourism in European countries. Showing countries - the leaders in income from tourism. The European experience of the role of the state in stimulating and developing the national tourism market is summarized.

Сагірова А. С. Економічний потенціал ринку туристичних послуг у стимулюванні економічного зростання: досвід країн ЄС та України.

Стаття має оглядовий характер. Зроблено аналіз розвитку туристичного ринку в країнах ЄС. Підкреслено значення ринку туристичних послуг, як важливого інструменту для підвищення конкурентоспроможності економіки країни, а також для ефективного розвитку економіки її регіонів. На початку XXI століття міжнародний ринок туристичних послуг набуває нових ознак, характеризується динамічним розвитком, змінює свою природу та структуру, формує нові закономірності синергетичних зв'язків з усіма секторами національної та світової економіки. Дослідження нових зв'язків та закономірностей розвитку ринку туристичних послуг є доцільним теоретичним та практично-зорієнтованим завданням для України, що й обумовлює актуальність написання даної статті.

Підкреслюється економічне, а також соціальне значення туристичної галузі та її вплив на підйом економічного стану країни. Рекреаційно-туристична сфера безпосередньо або опосередковано впливає на розвиток близько 50 суміжних та обслуговуючих її галузей (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання тощо), справляючи безпосередній мультиплікативний вплив на соціально-економічний розвиток регіону. Особлива увага приділяється напрямкам розвитку туристичної політики в Європейському Союзі. Визначено основні принципи необхідні для забезпечення розвитку туризму в цих країнах. Виявлено Європейські країни, які мають найбільшу частку доходів від туризму. Узагальнений європейський досвід ролі держави в стимулюванні і розвитку національного туристичного ринку.

Сагірова А. С. Экономический потенциал рынка туристических услуг в стимулировании экономического роста: опыт стран ЕС и Украины.

Статья имеет обзорный характер. Выполнен анализ развития туристического рынка в странах ЕС. Подчеркнуто значение рынка туристических услуг, как важного инструмента для повышения конкурентоспособности экономики страны, а также для эффективного развития экономики ее регионов. В начале XXI века международный рынок туристических услуг приобретает новые признаки, характеризуется динамичным развитием, меняет свою природу и структуру, формирует новые закономерности синергетических связей со всеми секторами национальной и мировой экономики. Исследование новых связей и закономерностей развития рынка туристических услуг – важная

теоретически и практически ориентированная задача для Украины, что и обуславливает актуальность написания данной статьи.

Подчеркивается экономическое, а также социальное значение туристической отрасли и ее влияние на рост экономического состояния страны. Рекреационно-туристическая сфера непосредственно или косвенно влияет на развитие около 50 смежных и обслуживающих ее отраслей (транспорт, торговля, связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и т.п.), оказывая непосредственное мультипликативное влияние на социально-экономическое развитие региона. Особое внимание уделяется направлениям туристической политики в Европейском Союзе. Определены основные принципы необходимые для обеспечения развития туризма в этих странах. Показаны Европейские страны, которые имеют наибольшую долю доходов от туризма. Обобщен европейский опыт роли государства в стимулировании и развитии национального туристического рынка.

Постанова проблеми. Однією з найважливіших і швидкозростаючих складових світової економіки є сфера послуг. В сучасних умовах розвитку світової економіки, заснованих на глобалізаційних процесах, сфера послуг стає одним із вагомих інструментів по зростанню економіки, підвищенню конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращенню добробуту населення.

Туризм відіграє важливу роль та місце на ринку послуг. Туризм як товар реалізується у формі послуг (матеріальних і нематеріальних). Туризм не є товаром першої необхідності, тому він стає потребою людини лише при певному рівні її доходів та певному рівні багатства суспільства.

За міжнародною статистикою, туристом є будь-яка людина, яка тимчасово відвідує іншу країну з будь-якою метою, крім професійної діяльності, що оплачується в цій країні. У міжнародній економіці туристами вважають осіб, які провели за кордоном понад 24 години. В іншому випадку їх вважають екскурсантами [1; С.11].

На початку ХХІ століття міжнародний ринок туристичних послуг набуває нових ознак, характеризується динамічним розвитком, змінює свою природу та структуру, формує нові закономірності синергетичних зав'язків з усіма секторами національної та світової економіки. Дослідження нових зав'язків та закономірностей розвитку ринку туристичних послуг є актуальним теоретичним та практично-зорієнтованим завданням для України, що й обумовлює актуальність написання даної статті.

Рекреаційно-туристична сфера безпосередньо або опосередковано впливає на розвиток близько 50 суміжних та обслуговуючих її галузей (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання тощо), справляючи безпосередній мультиплікативний вплив на соціально-економічний розвиток регіону. Важливе економічне та соціальне значення туризму посилюється з огляду на те, що, за оцінками Міжнародної організації праці, кожне робоче місце у секторі створює 1,5 додаткових (непрямих) робочих місця у суміжних з туризмом галузях [2]. Результати інших досліджень доводять, що обслуговування одного іноземного туриста в країні гарантує 5-10 додаткових робочих місць [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Так, вагомий внесок у дослідження теорії міжнародного туризму присвячені праці таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, як М. Азейнберг, Г. Багієв, В. Березін, С. Блек, Ф. Буарі, А. Вовчак, Д. Денисюк, Т. Картер, Ф. Котлер, Т. Лук'янець, Д. Меррілл, М. Монтгомері, Р. Стівенсон, У. Хачтен, Д. Шоу та ін. Серед небагатьох публікацій з формування іміджу країни слід відзначити праці С. Анхольта, К. Болдінга, У. Оллінса, А. Панкрухіна, І. Рожкова, А. Саллівана. Дослідження сутності та специфіки розвитку ринку туристических услуг у світовій економіці має вагомое теоретичне та практичне значення, адже цей досвід є корисним для економічного відродження України.

Мета статті – Визначити пріоритети розробки та впровадження Європейської економічної політики щодо стимулювання ринку туристичних послуг як підґрунтя для економічного, соціального та культурного розвитку країни.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні ринок туристичних послуг характеризується високими темпами розвитку. Помітне збільшення ролі туризму в житті

суспільства супроводжуються неабияким загостренням конкуренції в галузі. Тому виникає об'єктивна необхідність цілеспрямованого впливу на процеси розвитку туристичної сфери, що втілюється в особливій соціально-економічній політиці держави, а саме, як «туристична політика». Від її ефективності залежить перетворення туризму на дієвий інструмент соціально-економічного розвитку, просування національної культури та формування привабливості країни.

На міжнародному рівні туристична політика формується міжнародними організаціями в сфері туризму, такими як ЮНВТО, Об'єднана федерація асоціацій туристичних агентств, Міжнародна асоціація готелів і ресторанів, Всесвітня рада з туризму і подорожей, Міжнародна асоціація повітряного транспорту та ін. Так, в центрі уваги ЮНВТО як головної міжнародної організації в сфері туризму є забезпечення сталого розвитку туризму з метою економічного, соціального та культурного розвитку людства, подолання бідності та забезпечення миру [4].

Діяльність ЮНВТО пов'язана з формулюванням загальних принципів розвитку міжнародного туризму. А саме, займається проблемами міжнародного співробітництва в галузі туризму, формування його правової бази, забезпечення доступності і безпеки подорожей, екологічної безпеки, уніфікації якості туристичних послуг тощо [5].

Досвід європейських країн показує, що в центрі національної туристичної політики має бути розробка принципів, створення необхідних умов і визначення стратегічних орієнтирів розвитку туристичної сфери. Туристична політика держави знаходить своє втілення в концепціях і цільових програмах розвитку туризму, визначенні шляхів їх реалізації. Вона має бути підґрунтям для здійснення регіональної туристичної політики. Регіональна туристична політика спирається на національну туристичну політику і знаходить своє відображення в регіональних програмах розвитку туризму, які створюються з урахуванням специфічних умов і завдань розвитку конкретних територій.

У сучасному світі Європа є заслуженим лідером у розвитку туризму. В цей регіон направляються близько 50% світових мандрівників, які приносять близько 40% всіх доходів від туризму. При цьому Південна і Західна Європа займають лідируючі місця за кількістю туристських прибуттів (18,5% і 14,7%), потім йде Центральна-Східна Європа (10,2%), а частка Північної Європи складає всього 6,5% від світового туристичного ринку.

Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО) при співробітництві з Європейською комісією представила доповідь «Туристичні тенденції Європейського Союзу», в якій висвітлюється основні соціальні та економічні вигоди від туризму для 28 країн-членів ЄС. У 2017 році близько 538 млн. іноземних туристів приїхали в країни-члени ЄС. Туризм займає 6% загального експорту ЄС [6]. За 2017 рік прибуток від іноземних туристів в ЄС зріс на 8%.

Туризм - важливий сектор економіки, який грає ключову роль в глобальній економічній активності, створення робочих місць та експорті послуг. Генеральний секретар ЮНВТО заявив, що стійкий ріст туризму зіграв важливу роль у відновленні економік багатьох країн Європейського Союзу та всього світу, сприяючи створенню нових робочих місць, економічному зростанню та позитивному платіжному балансу.

У туристичній індустрії ЄС створено більше двох мільйонів підприємств, причому більшість з них складають малі та середні підприємства, в яких зайнято біля 12 мільйонів чоловік. Майже 7 мільйонів з них працюють у харчовій промисловості, 2,4 млн. у сфері нерухомості та 1,9 млн. – транспортні послуги. Туристичні агентства, туроператори та авіапослуги – 3,3 млн. осіб (див.рис.1).

Спираючись на вищесказане, туризм є трудомістким сектором, який став головним джерелом створення робочих місць та є ключовим елементом стратегії ЄС по соціально – економічному розвитку. Індустрія туризму, а також суміжні сектори національних економік забезпечують зайнятість 12% працездатного населення розширеного ЄС, що у натуральних величинах становить 24 млн. робочих місць [7].

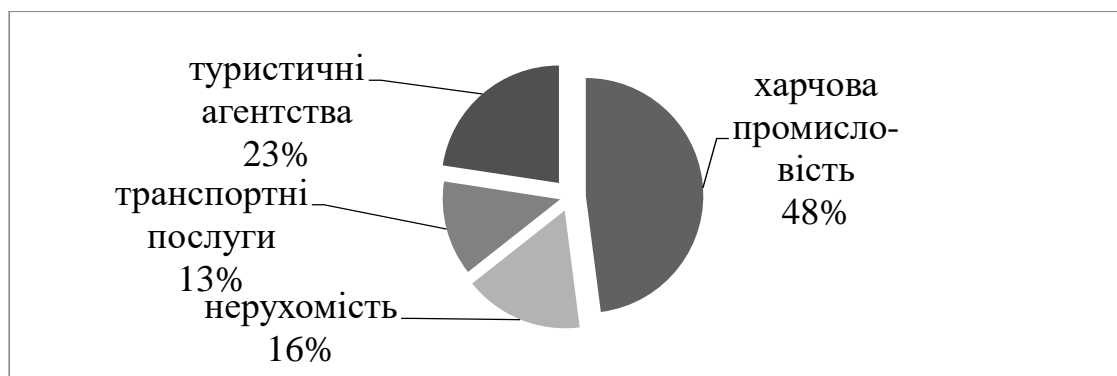


Рис. 1 Структура зайнятості у сфері туристичних послуг країн ЄС, 2017 р. (у відсотках, %). *Примітка.* Побудовано автором за даними ЮНВТО.

В Європейському Союзі міжнародний туризм являється основним джерелом експортних доходів для багатьох країн. Так, у 2016 році ЄС отримав 342 мільярдів євро доходів від міжнародного туризму, або 31% світових доходів.

За оцінками експертів, міжнародні пасажирські перевезення (нерезидентами) принесли 67 млрд. євро., в результаті чого загальна експортна виручка від міжнародного туризму складає 409 млрд. євро. Це становить 6% загального експорту товарів та 22% послуг.

Також, туризм займає четверте місце за обсягом експорту в ЄС, після хімічних речовин, автомобільних продуктів і продуктів харчування. Міжнародний туризм в цілому зростає швидше, ніж торгівля товарами в ЄС і показав більшу стійкість під час економічних спадів.

Найбільшу частку доходів від туризму щодо експорту отримують: Хорватія (36%), Греція (29%), Кіпр (22%) і Португалія (20%). Найнижчі частки доходів від туризму отримують Нідерланди (2%) і Бельгія (3%) (рис.2):

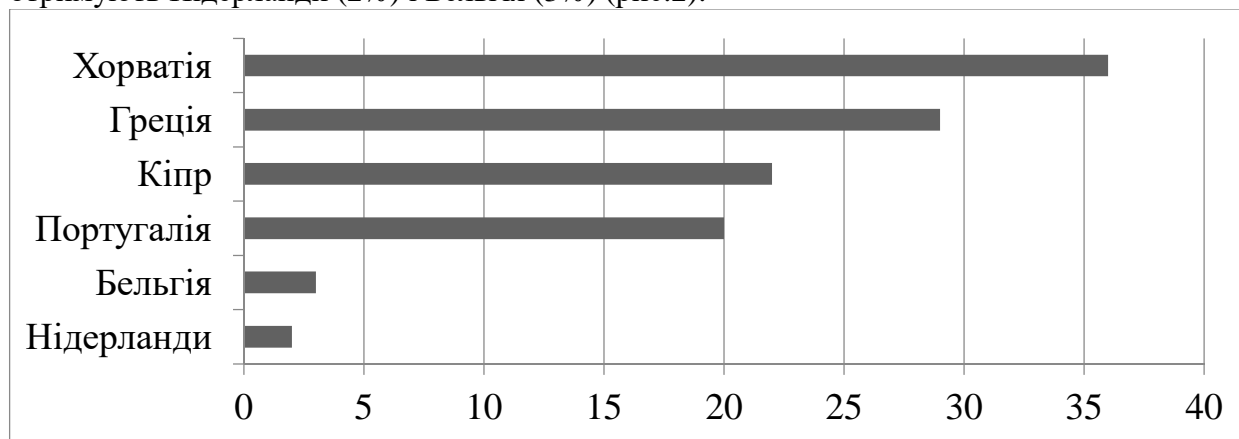


Рис. 2 Частка доходів від туризму у ВВП країн ЄС, 2016 р., (у відсотках, %). *Примітка.* Побудовано автором за даними ЮНВТО.

Експерти ЮНВТО відмічають, що в 2018 г. зберігся високий попит на міжнародний туризм у всіх регіонах світу. Як країни що розвиваються, так і розвинені економіки сприяють розвитку в цій індустрії, підвищуючи свої витрати на туризм [6].

Необхідно відзначити, що на розвиток численних регіонів Європейського союзу, туризм надає також безпосередній вплив. Створення туристичної інфраструктури в цих регіонах, сприяє появі нових робочих місць, що природним чином позначається на рівні життя місцевого населення.

Також, не можна не згадати і про істотний соціальний вплив туризму на життя європейського суспільства. Успіх туризму як соціального явища полягає в тому, що в його основі лежить задоволення незмінною потреби людини в пізнанні навколишнього світу.

Таким чином, досвід країн і регіонів Європейського Союзу свідчить про унікальну роль туризму як потужного чинника економічного зростання, створення нових робочих місць, зміцнення здоров'я широких верств населення, прогресу культури, розвитку мирних контактів між народами.

Так як туристична політика Європейського союзу націлена на координацію розвитку туризму країн-учасниць, окреслено основні принципи щодо забезпечення зростання туризму в цих країнах:

- захист туристів і їх вільного пересування, що включає в себе: спрощення поліцейського і митного контролю на кордонах; підвищення безпеки туристів і захист їх від недобросовісної реклами; гармонізація політики страхування туристів; інформування про їх соціальні права;

- гармонізація правил діяльності в індустрії туризму: гармонізації податкової політики в різних країнах ЄС; взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки;

- регіональний розвиток туризму з метою його просування в менш розвинені регіони союзу, що мають туристський потенціал [8].

Туристський успіх країн-учасниць ЄС на міжнародному туристичному ринку можна пояснити грамотною політикою країн-учасниць в області розвитку і просування національних туристичних продуктів на місцевому рівні, що в свою чергу, підтримується успішною туристичною політикою на загальноєвропейському рівні.

Туристична діяльність в Україні може і повинна стати галуззю спеціалізації національної і регіональної економіки, привабливим видом малого і середнього бізнесу. В сучасних умовах необхідно приділити особливу увагу фаховим науковим дослідженням з таких пріоритетних напрямів:

- статистичного забезпечення розвитку туризму, зокрема обліку туристичних потоків;
- створення кадастрів природних та історико-культурних ресурсів для розвитку туризму та рекреації;
- визначення цільових географічних ринків за кордоном з метою просування національного туристичного продукту;
- розроблення стратегій і програм розвитку туризму та курортів на загальнодержавному і регіональному рівнях.

Висновки. Туристична галузь є однією з найбільш прибуткових складових світового господарства, завдяки якій багато країн зробили потужний ривок у розвитку економіки. Туризм сприяє диверсифікації економіки, забезпечує зростання доходів населення і підвищує рівень добробуту нації, стимулює інвестиційні вкладення, прискорює розвиток експортного потенціалу, міжнародної діяльності, суміжних галузей економіки, а також відіграє значну роль в створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення. Вплив туризму на економічний розвиток виявляється і в підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг в результаті збільшення платоспроможного попиту. Саме тому напрацьовані рекомендації державної політики щодо підтримки та розвитку туризму в країнах ЄС слід взяти до уваги в Україні. На наш погляд, важливою складовою економічного зростання національного виробництва в ХХІ в. є розвиток ринку туристичних послуг.

Наукові дослідження показують, що саме ця галузь може давати значні прибутки і поповнення державного бюджету при порівняно невеликих витратах, так як потенційно здатна до швидкої (в чотири рази вище, ніж в середньому в світовому господарстві) оборотності капіталу. Міжнародні експерти з туризму дійшли висновку, що туризм менше, ніж інші галузі економіки, відчуває на собі вплив економічної кризи, який може протягом певного часу лише частково уповільнити його розвиток.

Список використаних джерел:

1. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. - К.: Знання, 2008. – 661с.
2. Гаврилюк А. М. Інформаційна складова туристичної галузі як чинник демократизації українського суспільства / А. М. Гаврилюк // Економіка і держава : міжнар. наук.-практ. журн. – 2009. – № 8. – С. 84–86.
3. Гаврилюк А. М. Формування державної політики інформаційного забезпечення туристичної індустрії в сучасних умовах / А. М. Гаврилюк // Теоретичні та прикладні питання державотворення (електронне фахове вид.). – 2009. – Вип. 5. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2009-1/zmist/R_5/Gavriluk.pdf
4. Excerpt of the UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm
5. Tourism highlights. 2018 Edition. UNWTO //Офіційна інтернет-сторінка Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
6. Irene Butler. Ukraine Tourist Information [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europeupclose.com/article/ukraine-tourist-information/>
7. Полюга В. О. Економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму: Автореф. дис.канд. екон. наук: 08.02.03/В.О. Полюга; Ужгор. нац. ун-т. — Ужгород, 2005. — 22 с.
8. Андрощук М. С. Сучасні тенденції в управлінні соціально-економічним розвитком систем : монографія / М. С. Андрощук, Т. П. Березюк, Б. М. Берташ, А. Л. Бобровський, С. К. Богатирчук-Кривко; ред.: М. Х. Шершун; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. - Рівне : Волин. береги, 2015. - 193 с.

References (BSI):

1. Malskaya M. P., Antonyuk N. V., Hanich N. M. (2008), "International tourism and services", ["Mizhnaronyj turizm i sfera poslug"], textbook, K. Knowledge, 661 p.
2. Gavrilyuk A. M. (2009), "Information component of the tourism industry as a factor in the democratization of Ukrainian society", ["Informacijna skladova turystychnoi' galuzi jak chynnyk demokratyzacii' ukrai'ns'kogo suspil'stva"], A. M. Gavrilyuk, Economy and state: international, sci. pract. Journ. No. 8, pp. 84-86.
3. Gavryliuk A. M. (2009), "Formation of the state policy of informational provision of the tourism industry in modern conditions", ["Formuvannja derzhavnoi' polityky informacijnogo zabezpechennja turystychnoi' industrii' v suchasnyh umovah"], A.M. Gavryliuk, Theoretical and applied questions of state creation (electronic faculty view.), Vip. 5, available at: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2009-1/zmist/R_5/Gavriluk.pdf
4. "Excerpt of the UNWTO World Tourism Barometer", [electronic resource], available at: www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm
5. "Tourism highlights. 2018 Edition. UNWTO", Official Web site of the World Tourism Organization [electronic resource], available at: <http://www.unwto.org>.
6. "Irene Butler. Ukraine Tourist Information", available at: <http://europeupclose.com/article/ukraine-tourist-information/>
7. Poluga V. O. (2005), "Economic and organizational levers of the regulatory policy of tourism development", ["Ekonomichni i organizacijni vazheli reguljatornoi' polityky rozvytku turyzmu"], Author's abstract. dis kanda econ Sciences: 08.02.03 VO Poluga, Uzhhor nats un, Uzhgorod, 22 p.
8. Androschuk M. S. (2015), "Modern trends in the management of socio-economic development of systems", ["Suchasni tendencii' v upravlinni social'no-ekonomichnym rozvytkom system"], monograph, M. S. Androschuk, T. P. Berezyuk, B. M. Bertas, A. L. Bobrovsky, S. S. Bohatyrchuk-Kryvko, ed. M. H. Shershun, Rivne state humanist un, Rivne, Volyn. amber, 193 p.

Keywords: tourism; tourism market; tourism policy; employment of the population, economic development.

Ключові слова: туризм; ринок туристичних послуг; туристична політика; зайнятість населення, економічний розвиток.

Ключевые слова: туризм; рынок туристических услуг; туристическая политика; занятость населения, экономическое развитие.

Рецензент: Любчук О. К., завідувач кафедри туризму, ДВНЗ «ПДТУ», док. наук з держ.упр., професор

Перевірено на плагіат: <https://corp.unicheck.com/library/viewer/report/8453342>