

УДК 657:338.48

Єрмаченко В. Є.
Козубова Н. В.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ У ПРОСТОРИ ТА ЧАСІ

Проведений аналіз статистичних моделей виїзного туристичного потоку дозволяє зробити висновок, що найвищі результати мають державні програми, впроваджені в період 2014-2016 рр., коли зарубіжні туристичні дестинації, згідно з теорією життєвих циклів, знаходяться у фазі зрілості і скорочення. Таким чином, попит на послуги виїзного туризму може бути переорієнтований на внутрішній ринок туристичних послуг.

Ключові слова: туризм, державне регулювання, ринок туристичних послуг.

Постановка проблеми. Україна, реформуючи свою економіку на ринкових засадах, входить у світовий туристичний ринок. У Законі України «Про туризм» законодавчо закріплено, що туризм є пріоритетною детермінантою соціально-економічного розвитку, але, незважаючи на певні кроки, що зроблені органами державної влади, він за темпами свого розвитку залишає Україну на найнижчих рейтингових позиціях світового туристичного ринку. Заслугує на увагу щорічна оцінка Світового економічного форуму щодо конкурентоздатності подорожей і туризму (The T&T Competitiveness Index). За цим рейтингом, у 2013 р. Україна зайняла 76-е місце серед 144 країн світу, відповідно, 37-е місце у Європі [1].

Згідно з експертною оцінкою ЮНВТО, Україна за фактичним рівнем державної підтримки туризму у 2012 р. посідає 126 місце серед 140 країн світу [2] та в цілому сектор туризму в країні не виглядає як пріоритетний для держави. Незважаючи на рівень зазначених показників, іноземні експерти погоджуються, що Україна має суттєвий туристичний потенціал та після проведення ЄВРО2012 опинилася серед 10 найбільш привабливих туристичних напрямків згідно рейтингам міжнародних туристичних порталів і видань, включаючи National Geographic, Trip Advisor, Globe Spots и Lonely Planet [3].

Отже, якщо з одного боку, частка України у рік ЄВРО2012 склала лише 0,56% світових туристських прибуттів, то з іншого, згідно з даними ЮНВТО [2], Україна входить до складу країн з динамічним ростом витрат на зарубіжний туризм (115%).

За даними Державної служби статистики України [4], у 2013 р із загальної кількості туристів 23 2311 іноземних туристів в'їхали до України, 2519390 громадян України виїхало з туристичними цілями та 702615 осіб подорожували в межах України.

Таким чином, розвитку ринку туристичних послуг України притаманне домінування імпорту туристичних послуг над експортом, що негативно позначається на зовнішньоторговельному балансі, оскільки це відтік валютних коштів за кордон. Також доцільно звернути увагу суттєву різницю в дохідності наданих туристичних послуг. Так, доходи від туристичного обслуговування в Україні одного туриста-іноземця у 2011 р. становили 252 дол. США, проти середнього по світу – 1 219 дол. США. Отже, оскільки вартість туристичного обслуговування громадянина України за кордоном є вищою, ніж вартість туристичного обслуговування в Україні для іноземних туристів, органам державної влади доцільно звернути увагу на заходи, спрямовані на розвиток внутрішнього туризму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам розвитку туризму в Україні присвячені роботи О. Любіцевої, А. Чудновського, Л. Дядечко, С. Мельниченко, Т. Ткаченко [5; 6; 7; 8; 9].

Окремі аспекти регулювання розвитку туризму регіонів висвітлені у працях Ю. Алексеева, В. Биркович, О. Малишева [10; 11; 12].

Проте питанням державного регулювання ринку туристичних послуг в площині розвитку внутрішнього туризму приділено недостатньо уваги, що разом з окресленою проблемою підтверджує актуальність дослідження.

Метою написання цієї роботи є окреслення головних пріоритетів державного регулювання туристичного ринку України та визначення територіальних та часових обмежень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальновідомо, що внутрішній туризм перерозподіляє національний дохід, сприяє стабілізації національної економіки, створює нові робочі місця, розвиває культуру та освіту місцевого населення. Стабільний розвиток національного туристичного ринку забезпечується функціонуванням внутрішнього туристичного ринку, де створюється туристичні послуги для задоволення власних туристичних потреб. Таким чином, неможливо розвинути в'їзний туризм не розвиваючи внутрішній. Внутрішній туризм використовує існуючу туристичну інфраструктуру, стимулюючи її вдосконалення та розвиток, не лише стимулює грошові надходження, але й стримує вихід коштів за кордон.

За Гаазькою декларацією з туризму, слід стимулювати розвиток внутрішнього туризму таким же чином, як і розвиток міжнародного туризму.

Попит на внутрішньому ринку туристичних послуг може формуватися за рахунок:

- 1) створення туристичного попиту потенційних споживачів-громадян України;
- 2) переорієнтації туристичного попиту споживачів послуг зарубіжного туризму.

З метою об'єктивного кількісного визначення можливостей заміщення імпорту туристичних послуг національним виробництвом доцільно враховувати обмеженість імпортозаміщення за видами туристичних послуг. Так, ділові туристичні послуги супроводжують службові поїздки до конкретних підприємств, розташованих на певних територіях, які не піддані впливу державного регулювання. Щодо рекреаційних туристичних послуг, доцільним є врахування мотивів подорожі, адже подорожі з пізнавальними, спортивними та лікувальними мотивами можуть бути не чуттєвими до впливу державного регулювання через унікальність пункту і об'єкту призначення.

З іншого боку, ускладненою є оцінка фактичної кількості споживачів виїзних туристичних послуг.

У 2013 р. з 23,76 млн. громадян України, які виїжджали за кордон, 1,49% в'їжджали за програмами організованого туризму та 97,35% – за приватними поїздками. Приватну поїздку як мету подорожі декларували 2,302 млн. (9,69%) громадян України, які виїжджали до традиційних країн в'їзного туризму (Туреччина, Єгипет, Об'єднані Арабські Емірати, Греція, Італія, Іспанія, Великобританія, Франція), що в 6,5 рази більше загально задекларованого виїзного потоку за програмами організованого туризму. Таким чином, витрати громадян України на придбання туристичних послуг за кордоном можуть бути вищими за оцінки видатків за офіційно зафіксованими програмами організованого виїзного туризму і цю гіпотезу необхідно враховувати при розробці та обґрунтуванні державних програм, націлених на розвиток національного ринку туристичних послуг.

Через вади чинного методу офіційної реєстрації мотивів виїзду громадян за кордон державні статистичні органи України не мають змоги повно оцінити обсяг виїзного туризму і враховують інформацію тільки щодо організованого туризму, залишаючи поза увагою туристичне обслуговування за кордоном підчас приватних подорожей. Втім, географічна структура приватних подорожей фіксується достовірно і може дати основи для експертної оцінки виїзного неорганізаційного туристичного потоку.

Так, більшість приватних подорожей українських громадян спрямовано до країн, які мають спільні кордони з Україною (у 2012 році це Польща – 28,8%, Російська Федерація – 25,3%, Молдова – 10,0%, Угорщина – 8,0%, Білорусь – 6,9%, Румунія – 3,3%, Словаччина – 2,4%). Отже, можливо припустити, що подорожі до цих країн викликані родинними зв'язками. Проте решта країн має дрібну частку, і лише Туреччина, Німеччина та Єгипет не є сусідніми країнами, але мають частку загальної кількості приватних подорожей більше 1% (2,12%, 1,56% та 1,25% відповідно). За даними ЮНВТО, ці країни є найбільшими дестинаціями міжнародних туристів і за обсягами туристичних прибуттів у 2012 р. посіли, відповідно, 6, 7, та 23 місце у загальному рейтингу з 162 країн світу. Отже, доцільно висунути гіпотезу, що мотивами приватної подорожі українських громадян до цих країн може бути виїзний туризм.

В цілому виявлена структура мотивації виїзного туристичного потоку не суперечить загальним тенденціям виїзного організованого туристичного потоку (рис. 1)

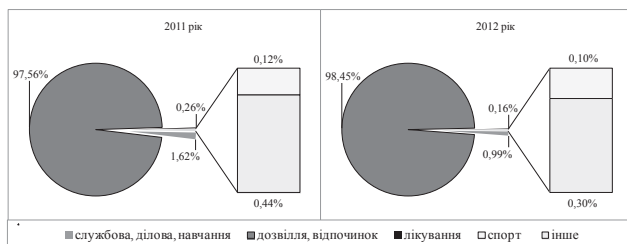


Рис. 1. Структура виїзного організованого туристичного потоку за мотивами подорожі

Джерело: складено автором на основі [4]

Отже, основним мотивом виїзду громадян України за програмами організованого туризму і за приватними подорожами є отримання рекреаційних послуг за кордоном. Внутрішньому РТП

характерний високий потенціал щодо пропозиції рекреаційних послуг, тож формування попиту на внутрішньому РТП у значній мірі може здійснюватися за рахунок імпортозаміщення послуг зарубіжного туризму.

При плануванні заходів щодо реалізації потенціалу ВРТ щодо рекреаційних послуг необхідно враховувати можливі бар'єри туристичного попиту. У загальній теорії маркетингу туризму бар'єри туристичного попиту розділяють на:

– економічні – пов'язані з рівнем цін на туристичні послуги та балансуванням платоспроможного попиту та пропозиції;

– психологічні – пов'язані з емоційним спектром споживчих властивостей туристичних послуг (звички, традиції, ностальгія, прагнення нового тощо).

При формуванні попиту на внутрішньому РТП за рахунок імпортозаміщення економічні бар'єри не можуть мати вирішального впливу, оскільки в більшості випадків за рахунок економії на транспортних витратах, ціна продуктів внутрішнього туризму має бути суттєво нижчою за ціни продуктів виїзного туризму. Емоційний спектр споживчих властивостей туристичних послуг може виявитися як стимулом розвитку внутрішнього РТП (при наявності у існуючих споживачів послуг виїзного туризму прагнення до отримання нових вражень шляхом зміни туристичної дестинації), так і бар'єром (в разі формування у громадян України традицій і звичок відпочинку і оздоровлення за кордоном).

З метою визначення вектору впливу психологічних чинників формування попиту на внутрішньому РТП можливо використати теорію життєвих циклів, згідно з якою умовно виокремлюють вісім стадій розвитку туристичної дестинації:

1) дотуристична фаза, яка характеризується привабливістю дестинації через первозданні природні якості, які не зазнали змін під впливом туристичного потоку;

2) фаза початкового зростання, протягом якої формуються основи туристичної інфраструктури, під впливом зростаючого туристичного потоку;

3) фаза інтенсивного розвитку, протягом якої суб'єкти туристичного бізнесу та органи місцевої і державної влади активно реалізують програми націлені на просування туристичної дестинації на РТП, у т. ч. рекламно-інформаційні кампанії з метою формування зацікавленості потенційних туристів, фінансово-економічні кампанії підтримки господарської діяльності підприємств, розташованих в туристичній дестинації, тощо; внаслідок реалізації таких програм відбувається інтенсивний розвиток туристичного попиту та пропозиції характерних туристичних послуг;

4) фаза екстенсивного розвитку, яка характеризується подальшим збільшенням туристичного потоку, обсяги якого вимагають інфраструктурних змін у туристичній дестинації, розширення кількості та якості супутніх туристичних послуг, а також поступово ведуть до уніфікації дестинації і зміни (чи навіть втрати) первозданих природних якостей, зародження соціально-культурних конфліктів між туристами та місцевими жителями, різними верстами місцевого населення, тощо;

5) фаза зрілості, протягом якої темпи зростання туристичного потоку уповільнюються; туристичний попит формується під впливом переорієнтації моди на інші туристичні дестинації, прагненням туристів до отримання нових вражень та задоволення пізнавальних інтересів, а також у

деяких випадках в умовах збільшення політичної і соціальної напруги в приймаючій країні чи/та несприятливих природно-кліматичних явищ;

6) фаза скорочення, яка характеризується зменшенням туристичного потоку, проте його обсяги забезпечують прибутковість фінансово-господарської діяльності підприємств-продуцентів характерних та супутніх послуг;

7) фаза занепаду, протягом якої туристичний потік критично зменшується, пропозиція туристичних послуг не знаходить споживача і фінансово-господарська діяльність туристичних підприємств є збитковою;

8) фаза стрибку, яка характеризується виходом туристичної дестинації на фазу зростання завдяки створенню нового фактору атракції, реалізації нових проектів чи програм розвитку (у тому числі за рахунок цінової політики, формування звичок та лояльності туристів, вирішення соціально-політичних конфліктів, розв'язання екологічних проблем).

Таким чином, розвитку туристичних дестинацій притаманна спіралевидна траєкторія; при виваженій політиці державного чи регіонального регулювання дестинаціям вдається оминати фазу занепаду за рахунок реалізації державних програм підтримки розвитку туризму та індивідуальних підприємницьких ініціатив. Для прогнозування можливостей імпортозаміщення для розвитку внутрішнього РТП в Україні цікавим є висновок окремих авторів [13], що в середньому життєвий цикл туристичної дестинації складає 20-25 років.

Аналіз динаміки подорожей громадян України до найбільших зарубіжних туристичних дестинацій (рис. 2) надає підґрунтя для висновків, що ці дестинації для вітчизняних туристів знаходяться у фазі зрілості (Німеччина, Туреччина) та скорочення (Єгипет).

Оскільки туризм є соціально-економічним явищем, що стрімко розвивається, з метою прогнозування його динаміки можливо застосовувати методи динамічного моделювання. Прогнозування на основі ретроспективних даних з високими показниками статистичної значимості побудованих моделей (табл. 1) визначає у майбутньому зменшення туристичного потоку громадян України до цих туристичних дестинацій. Проте, згідно з теорією життєвого циклу, необхідно враховувати подальшу фазу стрибку у розвитку зарубіжних дестинацій.

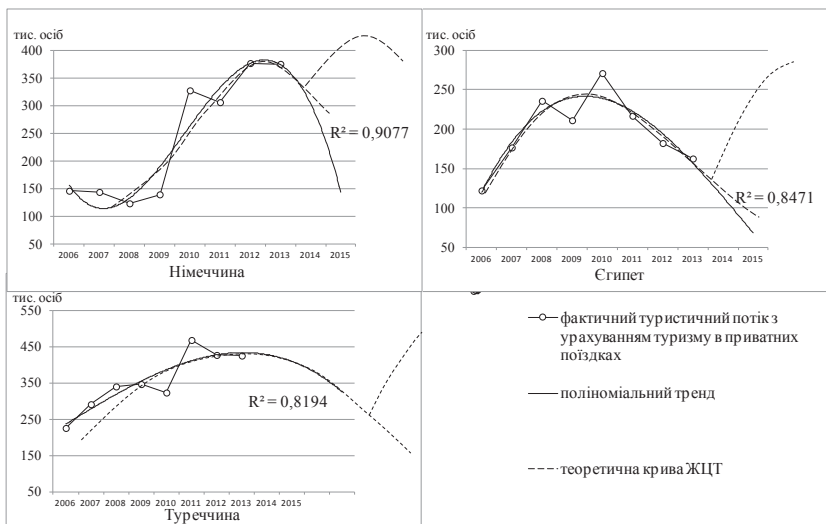


Рис. 2. Моделювання виїзного туристичного потоку на основі теорії життєвого циклу

– по-перше, найвищі прогнозовані результати мають державні програми, локалізовані у періоді 2014-2016 рр., коли зарубіжні туристичні дестинації, які є найбільшими атракторами українських туристів, знаходяться на фазі зрілості і скорочення, отже попит на послуги виїзного туризму може бути переорієнтований на внутрішній РТП;

– по-друге, державні програми, заплановані на пізніший період, будуть реалізовуватися в умовах сформованості звичок і традицій населення України до відпочинку і оздоровлення за кордоном та зростанням атрактивності зарубіжних туристичних дестинацій, отже матимуть нижчу результативність.

Висновки та подальші дослідження. Таким чином, на цей час державні програми підтримки розвитку внутрішнього туризму є обґрунтованими у просторі (на основі наявності достатнього потенціалу туристичної пропозиції та туристичного попиту) та у часі (на основі тенденцій розвитку основних зарубіжних туристичних дестинацій).

Економічний результат реалізації своєчасних державних програм підтримки розвитку внутрішнього туризму може бути оцінений на основі кількісних оцінок виїзного туристичного потоку з України та вартісних оцінок туристичного обслуговування за кордоном.

Якщо враховувати середні витрати на обслуговування іноземних туристів, опубліковані ЮНВТО [2], та кількість українських громадян, які виїжджали до цих країн, оприлюднені Державним комітетом статистики України [4], загальний обсяг витрат на придбання зарубіжних туристичних послуг лише за цими трьома країнами у 2012 р. склав понад 99,8 млн. дол. США, а з урахуванням туристичних послуг за приватними поїздками – на порядок більше.

Оскільки 98% організованих туристичних подорожей здійснювалося українськими громадянами з метою відпочинку і дозвілля, а 43% приватних подорожей – за мотивами оздоровлення і розваг, можна зробити висновок, що в разі часткового заміщення імпорту рекреаційних туристичних послуг внутрішнім виробництвом, виток валютних коштів за кордон скоротиться на понад 577,9 млн. дол. США щорічно.

Таблиця 1
Статистичні моделі виїзного туристичного потоку

Туристична дестинація	Математичний опис моделі	Коефіцієнт детермінації
Німеччина	$y = -3,5427x^3 + 51,082x^2 - 170,02x + 278,72$	0,9077
Єгипет	$y = 0,5286x^3 - 15,565x^2 + 106,82x + 27,926$	0,8471
Туреччина	$y = -0,2758x^3 + 0,7475x^2 + 41,573x + 194,08$	0,8194

Отже, проведений аналіз дозволив оцінити перспективи розвитку внутрішнього РТП у часі:

Список літератури:

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www3.weforum.org/docs>.
2. World Development Indicators: Travel and tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wdi.worldbank.org/table/6.14>.
3. Ukraine Scores High in Six International Tourism Ratings: Tourism Boom Expected in 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wnu-ukraine.com/news/culture-lifestyle/>.
4. Офіційна статистична інформація Державного комітету статистики України [Електронний документ]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.
6. Чудновський А.Д., Жукова М.А. Менеджмент туризму : підручник. – М. : Фінанси та статистика, 2002. – 288 с.
7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
8. Ткаченко, Т. І. Соціально-економічні проблеми розвитку туристичної сфери в умовах інформатизації суспільства / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко // Економіка Крима. – 2008. – № 24. – С. 6-10.
9. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
10. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції [Текст] : автореф. дис...канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / Ю.В.Алексеева ; Одес. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. – Одеса : [б. и.], 2005. – 20 с.
11. Биркович В. І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / В.І. Биркович ; Гуманіт. ун-т «Запоріж. ін-т держ. та муніцип. упр.». – Запоріжжя : [б. и.], 2007. – 20 с.
12. Малишева О. В. Державне управління сферою туризму та охороною культурної спадщини (регіональний аспект) [Текст] : автореферат дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / О. В. Малишева ; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України, Харк. регіон. ін-т держ. упр. – Х. : [б. и.], 2008. – 19 с.
13. Боголюбов В.С. Економіка туризму. – М. : Академия, 2010. – 312 с.

Ермаченко В. Е.

Козубова Н. В.

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В ПРОСТРАНСТВЕ И ВО ВРЕМЕНИ**

Резюме

Проведенный анализ статистических моделей выездного туристического потока позволяет сделать вывод, что высокие результаты имеют государственные программы, внедрённые в период 2014-2016 гг., когда зарубежные туристические дестинации, согласно теории жизненных циклов, находятся в фазе зрелости и сокращения. Таким образом, спрос на услуги выездного туризма может быть переориентирован на внутренний рынок туристических услуг.

Ключевые слова: туризм, государственное регулирование, рынок туристических услуг.

Yermachenko V. E

Kozubova N. V.

Kharkiv National Economic University named after Semen Kuznets

SETTING LOCAL AND TEMPORAL PRIORITIES OF STATE REGULATION OF TOURIST MARKET

Summary

The conducted analysis of statistical models of outbound tourist flow leads to the conclusion that state programs that would be implemented in the period of 2014-2016's have the highest results, while the foreign travel destinations, according to the theory of life cycles, are at the stage of maturity and reduction. Thus, the demand for outbound tourism services can be redirected to the domestic tourism market.

Key words: tourism, state regulation, tourist market.