

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою «Міжнародна економіка»

**НА ТЕМУ: «СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ
ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНУ»**

Виконавець:
студент 4 курсу ЦЗВФ, 7 гр.
Іванов Максим Сергійович _____
/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н, доцент
Воронова Олена Вікторівна _____
/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність кваліфікаційної роботи. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і у системі міжнародних економічних відносин. Це свідчить, з одного боку, про формування економік нового типу, а з іншого – про перехід до наступного ступеня розвитку світового співтовариства – постіндустріального типу суспільства, що характеризується провідними позиціями послуг та інформаційних технологій у системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі окремих країн та відповідно міжнародної торгівлі в цілому.

Серед основних видів послуг найбільш високі показники розвитку спостерігаються у сфері міжнародного туризму. За попередніми прогнозами Всесвітньої туристської організації, незважаючи на існуючий ризик економічного спаду через детермінанти туристичного попиту, міжнародний туризм буде продовжувати нарощувати темпи свого розвитку.

В Україні розвиток туристичних послуг визнано як один з пріоритетів стратегії соціально-економічного зростання держави, який може стати вагомим чинником стабілізації та структурної перебудови економіки. Однак, трансформаційні процеси в сфері туризму України, на жаль, здійснюються без достатніх науково-теоретичних обґрунтувань, які б базувалися на результатах науково-практичних досліджень та світових досягненнях у цій сфері. Особливо це стосується зовнішньої торгівлі туристичними послугами на регіональному рівні.

Основні положення, що визначають загальні теоретико-методологічні основи зовнішньої торгівлі послугами, базуються на концепціях провідних представників економічної думки – Р.Вернона, С.Ліндера, Б.Оліна, М.Портера, Д.Рікардо, П.Самуельсона, А.Сміта, О.Хекшера та інших. Дослідженню особливостей та закономірностей розвитку світового ринку послуг значну увагу приділяють провідні вітчизняні науковці В.Козик, Ю.Макогон, В.Новицький, Є.Савельєв та інші. Питанням розвитку міжнародного туристичного обміну присвячені праці вітчизняних та зарубіжних економістів З.Атаманчука, Ю.Алексєєва, І. Бурнашова, В. Брич, В.Герасименка, Я.Гончаренко, І.Давиденко, Я.Дубенюк, І.Жмурко, Е.Кадта, В.Кифяка, П.Ляшкевич, А.Моррісона, Т.Ткаченко, Дж.Уолла та ін.

Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки сучасних процесів, що відбуваються на регіональному ринку туристичних послуг України та дослідження механізму подальшого розвитку регіональної зовнішньої торгівлі туристичних послуг.

Об'єктивна необхідність подальшої розробки і вдосконалення теоретико-методологічних та практичних основ ефективного механізму розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами на регіональному рівні, обумовила актуальність теми дослідження.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою дослідження є удосконалення теоретико-методологічних та науково-практичних рекомендацій щодо оптимізації напрямків розвитку зовнішньої торгівлі регіонального ринка туристичних послуг на прикладі Одеської області.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- дослідити сутність, типологію та роль міжнародних туристичних послуг в системі світового ринку послуг;
- узагальнити чинники, що впливають на стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами;
- узагальнити методичні підходи до оцінки стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами на регіональному рівні;
- проаналізувати динаміку зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні;
- здійснити аналіз чинників, що впливають на стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону;
- оцінити стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону;
- запропонувати напрямки розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіону.

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг Одеського регіону.

Предметом дослідження є напрямки організаційно-економічного забезпечення розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами регіону.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дисертаційної роботи виступають положення теорії міжнародної економіки, наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених у сфері дослідження міжнародної торгівлі туристичними послугами. При написанні роботи використано метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, групування та класифікації, структурний метод, статистичні та математичні методи, матричний. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти України; нормативно-правова та інформаційна база Всесвітньої туристичної організації; матеріали Держкомстату України; Міністерства економіки України; Одеської обласної ради; статистичні дані міжнародних економічних організацій; періодичні видання; матеріали зарубіжних та вітчизняних конференцій; монографії та наукові публікації зарубіжних і вітчизняних учених-економістів; інформація мережі Інтернет; результати власних досліджень автора.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (61 найменування). Загальний обсяг роботи становить 86 сторінки. Основний зміст викладено на 79 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 20 рисунків.

Публікації та апробація результатів дослідження. Пропозиції автора щодо вирішення ряду проблем в аспекті розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону з використанням досвіду європейських країн використано при підготовці рекомендацій VI Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем». За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези: «Оцінка стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеської області» (0,3 д.а.).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретико-методологічні основи дослідження зовнішньої торгівлі туристичними послугами**» розглянуто сутність, типологія та роль міжнародних туристичних послуг в системі світового ринку послуг, визначено чинники, що впливають на стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами та узагальнено методи оцінки стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами на регіональному рівні.

У другому розділі «**Аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні**» проаналізовано динаміку зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні, здійснено аналіз чинників, що впливають на стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону, проведено оцінку стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону.

У третьому розділі «**Напрямки розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні**» запропоновано впровадження концепції сталого розвитку для підвищення ефективності ринку міжнародних туристичних послуг Одеського регіону, стратегії туристичної кластеризації для забезпечення росту зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону, а також зроблені рекомендації щодо розвитку альтернативних видів туризму

ВИСНОВКИ

Таким чином, після проведення в кваліфікаційній роботі дослідження можна зробити наступні висновки.

Туристичний ринок - це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі.

В розділі проведено узагальнення існуючих трактувань поняття «туристична послуга» і встановлено, що туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів перед подорожжю, під час подорожі й відпочинку та після неї.

Визначено, що:

- 1) Туристична послуга має всі загальні ознаки послуги, тобто невідчутність, нерозривність процесу виробництва/споживання, неможливість накопичення та неоднорідність якості, але до того має ще ряд специфічних рис: комплексність, мобільність, нероздільність процесу обслуговування; ритмічність.
- 2) Туристичні послуги за значенням в процесі подорожування поділяються на основні, без яких неможливе подорожування та додаткові, що сприяють комфортності подорожування.
- 3) Міжнародні туристичні послуги відіграють важливу роль у світовому ринку послуг. Для більш ніж 40 країн світу туристична галузь є основним джерелом надходжень національного бюджету, а для 70 – однією з трьох його основних статей.

Для вирішення питання щодо шляхів та механізмів розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами виокремлено класифікацію чинників, що впливають на нього. Встановлено, що їх можна поділити на великі групи та класифікувати за такими ознаками, як ступінь впливу, напрям впливу, за характером та за результатами їх впливу.

Встановлено, що стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами на регіональному рівні оцінюють за допомогою абсолютних та відносних статистичних показників.

В розділі 1 узагальнено класифікацію показників для аналізу можливостей регіону у підвищенні рівня зовнішньої торгівлі туристичними послугами.

В розділі 2 визначено, що особливість економіко-географічного розташування Одеської області, сприятливі природно-кліматичні умови, різноманітні природні лікувальні ресурси, наявність піщаних пляжів, розвинута мережа водних, залізничних та автомобільних магістралей обумовлюють розвиток в області сфери туризму і рекреації.

Встановлено, що на експорт послуг області припадає близько 30,5% загального обсягу експорту Одеського регіону. З них- 3,3% припадає на туристичні послуги. Одеська область входить в ТОП-5 областей України за надходженням від туристичного збору. Аналіз динаміки зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону з 2015 року по 2020 рр. дозволив зробити висновок про її щорічне зростання та позитивне сальдо.

Аналіз факторів, що впливають на зовнішню торгівлю туристичними послугами області, дозволив визначити, що найбільший негативний вплив мають фактори міжнародного характеру та фактори за критерієм напряму впливу на туристичну галузь. Найбільший позитивний вплив мають фактори, що виокремлюються за географічною та територіальними ознаками.

Головними внутрідержавними чинниками, що на сьогоднішній день стримують розвиток вітчизняного туризму і потребують подолання на всіх рівнях управління галуззю, є:

- незадовільний рівень розвитку галузевої виробничої бази та невідповідність об'єктів туристичної інфраструктури світовим стандартам;
- значне технологічне відставання туристичної галузі у порівнянні з розвиненими країнами;
- недосконалість нормативно-правової бази, що регулює внутрігалузеві відносини та діяльність галузі в цілому;
- відсутність єдиної скоординованої системи дій щодо створення та просування національного туристичного продукту на міжнародний ринок туристичних послуг.

Застосування методу ВКГ у сфері аналізу туристичного потоку дав можливість кількісно і якісно оцінити рішення про вихід з безперспективних ринків і, навпаки, концентрації зусиль на таких, які уявляються важливими у довгостроковій перспективі.

Проведена оцінка стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону, довела, що Одеський регіон, будучи спеціалізованим на туристичній галузі, не є насиченим туристами і має значні перспективи щодо збільшення обсягів експорту туристичних послуг. Однак, при цьому є ряд проблем:

незначні обсяги міжнародних туристичних прибуттів до Одеської області та їх залежність від зовнішніх чинників; значні сезонні коливання експорту туристичних послуг; невідповідність окремих статистичних даних; незначна питома вага міжнародних туристів, що були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності; труднощі з організацією морського та річкового круїзного туризму; незадовільний екологічний стан морського узбережжя, рік та лиманів; критичне зменшення санаторно-курортної бази та незадовільна якість обслуговування в дотепер існуючої, за рідким виключенням; незадовільний стан відомих музеїв, невдалий вибір часу (пік туристичного сезону) для ремонту і реконструкції центральної частини міста; невідповідність ціни та якості послуг, які надаються підприємствами індустрії туризму.

Встановлено, що вирішення зазначених проблем, в основному зводиться до здійснення маркетингових заходів на державному та регіональному рівнях щодо популяризації туризму в Одеській області та представленні нових специфічних туристичних продуктів.

Для того, щоб вирішити ряд визначених в роботі проблеми щодо розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами, в розділі 3 доведено доцільність впровадження концепції сталого розвитку туризму, яка передбачає та рекомендує: формування нормативно-правової бази, гармонізованої вимогами Європейського Союзу, з питань розвитку сфери туризму і курортів; інформаційну підтримку сфери туризму і курортів; залучення інвестицій для розвитку матеріально-технічної бази сфери туризму і курортів; розвиток кадрового потенціалу у сфері туризму і курортів; створення системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту; поглиблення міжнародного співробітництва; раціональне використання та охорону туристичних і природних лікувальних ресурсів; узгодженість інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, громадян у сфері туризму і курортів.

Виходячи з факту ненасиченості ринку туристичних послуг Одеського регіону, для забезпечення припливу іноземних туристів запропоновано створення туристичного кластера.

Встановлено, що формування туристичних кластерів за певною кінцевою метою, певним місцем реалізації або для певного виду туризму може бути спрямоване для об'єднання зусиль щодо створення преференцій в отриманні туристом комплексну послуг в єдиному пакеті за сприятливою ціною.

В розділі запропоновано впровадження проекту об'єднання, співробітництва туристичних компаній, Управління культури і туризму, національностей та релігій облдержадміністрації та КП "Облконцертсервіс. Головна мета проекту полягає в можливості для туристів і гостей області заздалегідь спланувати свій відпочинок і отримати при цьому додаткові послуги у вигляді концертів, вистав, спектаклів, музеїв та інше. Крім того, даний проект може бути своєрідним інструментом реклами для всіх учасників проекту і насамперед, для музейних установ області, які, як правило, відчувають брак коштів на проведення рекламних компаній.

Для активізації міжрегіонального обміну туристичними потоками запропоновано проводити промо-тур "Одеська гостинність" та акцію «Одеса за півціни». Учасники акції: готелі, ресторани, екскурсійні бюро, музеї, кінотеатри,

магазини, нічні клуби, прокат велосипедів, які будуть робити знижка 50% для гостей міста з браслетами учасників акції.

Визначено, що основними перевагами туристичного кластеру в Одеській області є:

- а) взаємовигідне співробітництво: обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників;
- б) максимальне та ефективне використання ресурсів;
- в) підвищення привабливості територій для інвестування;
- г) розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості; г) учасники кластеру отримують більше можливостей та вищі прибутки;
- д) створення нових робочих місць шляхом залучення працівників різних видів економічної діяльності в обслуговування туристів.

Відмічено, що кластер функціонує тільки в певному середовищі, а саме в сприятливих умовах, які являють собою сукупність зовнішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність туристських послуг. Тому для успішного функціонування кластера в Одеському регіоні необхідно забезпечити розвиток і інших галузей.

Доведено, що іншим способом підвищення ефективності міжнародних туристичних послуг в Одеському регіоні є розвиток альтернативних видів туризму. Таких як: зелений туризм, який покликаний захищати екологію, подієвий та екстремальний. Визначено, що їх популяризація вимагає просування закордон іміджу регіону, що потребує вдосконалення і власне, розробки, певної політики, яка повинна ґрунтуватися на державно-приватному партнерстві. Встановлено, що позитивний вплив на ринок туристичних послуг Одеського регіону мало би впровадження моделі «маркетингового управління» за аналогією з Канадською комісією з туризму, яка характеризується створенням туристичної некомерційної організації представниками приватного бізнесу, які ініціюють угоду про співпрацю з місцевим державним органом з управління туризмом. В Одеському регіоні це викликало б розповсюдження інформації, що мається у місцевих органів влади до комерційних підприємств, зайнятих у сфері туризму, що, в свою чергу, призвело би до ефективного управління маркетингом туристичного регіону: вирішення першочергових проблем туристичної галузі, акцентування уваги за перевагах регіону у ЗМІ, інформування населення про культурні та інші заходи, що проводяться в Одеській області (тобто розвиток івент-туризму) та ін.

Зроблено висновок, що інші моделі державно-приватного партнерства в Одеському регіоні на сьогоднішній день впровадити було б складно через високий рівень недовіри комерційних підприємств до органів державної влади.

Окрім того, відмічено, що запропоновані заходи розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами можуть розглядатися лише як перспективи, оскільки на сьогодні не можуть бути реалізовані через військову агресію Росії проти України, яка почалася 24.02.2022 року і призвела до повної зупинки будь-якої діяльності в туристичній сфері не тільки Одеської області, а і в інших областях України. Єдиним напрямком, який можливо сьогодні реалізувати, є переорієнтація туристичної галузі на перевозку та розміщення мешканців областей України, в яких ведуться активні бойові дії в небезпечні регіони України та перевезення бажаючих осіб до країн

Європи і з приводу цього реалізація певних додаткових послуг щодо комфортності поїздки та оформлення необхідних документів.

АНОТАЦІЯ

Іванов М.С., «Стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі послугами в Одеському регіоні».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2022 р.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є зовнішня торгівля туристичними послугами

У роботі розглядаються теоретичні аспекти зовнішньої торгівлі туристичними послугами. Встановлена типологія туристичних послуг. Визначенні чинники, що впливають на стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами та встановлені методи її оцінки.

Проаналізовано сучасний стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні та чинники, що на неї впливають. Оцінено ефективність зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні.

Запропоновано напрями розвитку зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні.

Ключові слова: зовнішня торгівля, туристичні послуги, стан розвитку, Одеський регіон

ANNOTATION

Ivanov M.S, "Status and prospects of foreign trade in services in the Odessa region."

Qualification work for a bachelor's degree in the specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economics". - Odessa National Economic University. - Odessa, 2022

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of research is foreign trade in tourist services

The theoretical aspects of foreign trade in tourist services are considered in the work. The typology of tourist services is established. Factors influencing the state of foreign trade in tourist services have been identified and methods for its evaluation have been established.

The current state of foreign trade in tourist services in the Odessa region and the factors that are influencing on it are analyzed. The efficiency of foreign trade in tourist services in the Odessa region is estimated.

The directions of development of foreign trade in tourist services in the Odessa region are offered.

Key words: foreign trade, tourist services, state of development, Odessa region.