

мання на кожному рівні управління необхідної достовірної та актуальної внутрішньої й зовнішньої інформації потрібного рівня деталізації;

забезпечення менеджерів усіх рівнів ефективним інструментарієм (програмним забезпеченням) для проведення багатостороннього аналізу інформації, а також відповідне підвищення кваліфікації користувачів;

змінам в інформаційній системі АП повинен передувати аналіз, переогляд порядку нових можливостей інформаційних технологій.

Література: 1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. — М.: Изд. "ЭКСМО — Пресс", 2001. — 480 с. 2. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / Пер. з англ. В. С. Гуля. — К.: Україна, 1994. — 320 с. 3. Экономическая безопасность деятельности предприятия / Под ред. В. К. Сегадова. — М.: Финстатинформ, 1999. — 512 с. 4. Духов В. Е. Экономическая разведка и безопасность бизнеса. — К.: ИМСО МО Украины, 1997. — 175 с. 5. Хорошко В. О. Захист економічної інформації. — К.: НАУ, 2002. — 76 с.

Стаття надійшла до редакції
01.11.2005 р.

УДК 338.48

Константинова К. В.

ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

In the article tourism and hospitality industry and its influence on the economy of different countries of the world are explored. The positive tendencies tourism all over the world are analyzed. The main aim of the article is to show the possibilities of tourism in future and the influence of it on the national economy. It is necessary to analyze the main principles of development of this brunch of economy, taking into account the problems of development of tourism.

Сучасна туристична індустрія — одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що забезпечує десяту частину світового валового продукту.

У найближчі роки туризм може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності. Туристичний бізнес приваблює підприємців невеликим стартовим капіталом, швидким терміном його окупності, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності [1].

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло в повсякденне життя майже третини населення планети. Більш того, на початку ХХІ століття туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей економіки. За результатами 2002 року туристична галузь утворила 12% світового внутрішнього продукту і поглинула більше 11% витрат споживачів.

Як показує аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблематики, можна стверджувати, що в багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків [1 – 6]. За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі — в ній зайнято 260 млн. чол., тобто кожний 10-й працюючий. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. доларів США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО) на початку ХХІ століття обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4%. Хоча за 2002 рік кількість туристів досягла рекордної цифри — близько 700 млн. чол., збільшившись більш ніж на 7%. Очікується зростання туристичного руху у світі з 700 млн. туристів щорічно до 937 млн. у 2010 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до 1 100 млрд. доларів США. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі.

Туризм — вагоме джерело створення робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів вищі, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс та ін. [6].

Розглядаючи підсумки 2001 року, ВТО відзначає, що найбільша кількість туристів відвідує Європу — 57,7%. Це й зрозуміло, бо в жодній іншій частині світу на досить невеликому просторі не знайти такого різноманіття ландшафтів, культур, історії та народів. Унікальний європейський туристичний продукт робить Європу визнаним лідером ринку у сфері туризму та подорожей.

Якщо проаналізувати діяльність туристичної сфери всіх країн світу впродовж останніх десяти років і визначити лідерів щодо залучення туристів у свою країну, розташувавши їх за місцями за підсумками роботи в 2000 році, то таблиця буде мати такий вигляд (табл. 1).

Таблиця 1

П'ятнадцять країн — лідерів за міжнародними туристичними прибутками

1990 р., місце	1995 р., місце	2000 р., місце	Країна	При- буття, тис.осіб	2000/1999 рр., %
1	1	1	Франція	74 500	2
3	3	2	Іспанія	53 600	3,7
2	2	3	США	52 600	8,7
4	4	4	Італія	41 200	12,8
12	8	5	Китай	31 200	15,5
7	5	6	Великобританія	24 900	-1,9
17	18	7	Росія	22 800	23,2
10	11	8	Канада	20 400	4,9
8	7	9	Мексика	20 000	5
9	13	10	Німеччина	18 900	10,5
27	9	11	Польща	18 200	1,3
6	10	12	Австрія	17 800	2
5	6	13	Угорщина	15 600	8,1
19	16	14	Китай, Гонконг	13 100	15,3
13	16	15	Греція	12 500	2,8
Разом за 15 країнами				437 400	
Усього				698 300	7,4

Традиційними лідерами Старого Світу залишилися Франція, Іспанія, Італія. Значні темпи зростання демонструють США (8,7% у порівнянні з 1999 р.). Вийшов у лідери і Китай, який з 12-го місця в 1990 р. перемістився на 5-те в 2000 р. [3].

Таким чином, визначивши лідерів з приймання іноземних туристів, можна впевнено констатувати той факт, що саме в цих країнах найбільший вплив на економіку мала туристична індустрія. Надходження валюти у відсотках розподіляються так: в європейські країни — 62,4%, країни Північної Америки — 16,4%, Латинської Америки — 11,7%, африканські країни — 2,5%, Близький Схід — 2,5%, Азію та Австралію — 4,5%.

У багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20 – 45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких, як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, торгівля, виробництво товарів народного споживання та ін. Цей бізнес приваблює підприємців з багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності та мінімальний термін окупності витрат [2].

Вплив туризму на економіку країни можна дослідити за допомогою оцінки прямого та побічного впливу. Оцінка економічного впливу туризму ґрунтується на витратах туристів. Тут важливо розглядати різні аспекти економіки, які відчувають на собі вплив витрат туристів. Розрахунок економічного впливу цих витрат проводиться за допомогою мультиплікатора. Оскільки місцеві підприємства залежать від інших підприємств-постачальників, будь-які зміни витрат туристів у туристичній місцевості приведуть до змін на виробничому рівні економіки, доходів, зайнятості.

Мультиплікатор туризму — це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змін витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитись витрати туристів.

Розглядаючи туристичні витрати, побачимо, що основні з них, у першу чергу, йдуть на туристичні підприємства, які безпосередньо обслуговують туристів. Частина цих коштів виходить з економічного обігу на оплату імпорту товарів і послуг, які споживаються на місці перебування, і ці кошти в подальшому не відіграють ролі в економічній діяльності території. Решта грошей використовується на придбання місцевих товарів та послуг, покриття власних витрат на енергоносії, оплату праці, податків та інше. У кожному циклі витрат частина коштів накопичується, частина сплачується державі у вигляді податків і вони перестають обертатись в економіці тієї чи іншої території. 20 – 25% коштів витрачаються туристами в певній місцевості чи країні на додаткові послуги, сувеніри, транспорт та інше, з яких частина продовжує циркулювати в місцевій економіці, а решта переходить до держави та залишається у місцевих жителів у вигляді накопичень.

Економіка туризму безпосередньо пов'язана з багатьма секторами економіки різних галузей господарювання і тому для розрахунку мультиплікатора потрібна чимала база даних [4].

Визначимо головні причини, які спонукають туристів витрачати величезні кошти. Для того щоб розкрити їх і грамотно працювати на різноманітному туристичному ринку, потрібно, перш за все, знати характерні риси гостей з провідних країн світу.

Спробуємо дати відповідь на головні питання, використовуючи маркетингові дослідження, проведені ВТО в кінці XX століття.

Зроблено аналіз, що в 10 найбільш розвинених країнах світу головним мотивом для здійснення подорожі залишається відпочинок (табл. 2). Найбільшого значення цьому надають у тих країнах, які не мають теплої моря. Тут частка відпочинку серед інших поїздок складає 76 – 83%. По-іншому складаються справи в державах, що володіють чудовими пляжами та сприятливим кліматом. У цих країнах частка відпочинку за кордоном складає вже 62 – 73%. Більша кількість поїздок з метою бізнесу властива тим державам, в яких виїзд в інші країни займає скромніше місце: в США — 33%, Іспанії — 25%, Італії — 18%.

Таблиця 2

Цілі подорожей, %

Країна	Відпочинок	Бізнес	Інші цілі
Німеччина	80	11	9
Великобританія	76	15	9
Франція	64	12	24
Італія	73	18	9
Нідерланди	83	10	7
Бельгія	82	9	9
Іспанія	62	25	13
США	37	33	30
Канада	57	16	27

Не можна забувати, що а першокласних готелях великих міст головною фігурою залишається бізнесмен. У готелях курортних місць головна фігура — відпочиваючий (хоча серед них, звичайно, зустрічається чимало бізнесменів, проте мета їхнього перебування не бізнес, а відпочинок).

Можна проаналізувати, як розподіляються вподобання населення щодо засобів розміщення (табл. 3). Приблизно рівну прихильність до розміщення в готелях зберігають жителі майже всіх країн — у межах 52 — 62%. Однак є два винятки: 88% японців обирають готелі, а у голландців готель як засіб розміщення займає більш скромне місце — лише 38%, зате вони є лідерами у виборі кемпінгу (20%).

Таблиця 3

Прихильність до різноманітних видів розміщення, %

Країна	Готель	Безкоштовно у друзів	Власний будинок	Кемпінг	Інші види
Німеччина	57	18	13	7	5
Великобританія	52	19	18	2	9
Франція	54	22	4	4	16
Італія	56	21	8	7	8
Нідерланди	38	15	23	20	4
США	62	—	32	—	6
Японія	88	6	3	—	3

З року в рік зростає кількість туристів, які мають друге житло в інших країнах. Це необов'язково власний будинок, розкішна вілла, а можливо тільки скромна однокімнатна квартира в багатоквартирному будинку, так звана студія. Так чи інакше, відпочинок у власному будинку за межами рідної країни проводять 33% громадян США, 23% — Нідерландів, 18% — Великобританії. Ті, хто бідніший, обирають відпочинок у гостях у знайомих чи родичів. Таких міжнародних туристів набирається серед голландців до 15%, французів — до 22%.

Розподіл туристів за вибором засобів розміщення значною мірою пов'язаний з їхнім особистим статусом, матеріальним станом (табл. 4). У міжнародному туризмі зустрічаються люди з різним достатком. У туристичних потоках майже усіх країн переважають представники середнього класу: від 40% у Нідерландах до 59% в Італії. Люди з невисоким достатком займають значне місце в туристичному потоці Франції (36%) та Італії (31%). Серед туристів із Німеччини (43%), Нідерландів (41%), Великобританії (37%) провідне місце займають представники вищого класу, які пред'являють попит на найкомфортабельніші умови розміщення. Щоправда, багато з представників цього класу мають власні будинки.

Таблиця 4

Розподіл туристичного потоку за соціальним статусом, %

Країна	Люди з невисоким достатком	Середній клас	Вищий клас
Німеччина	12	45	43
Великобританія	12	51	37
Франція	36	32	32
Італія	31	59	10
Нідерланди	19	40	41

Також можна проаналізувати, як розподіляється туристичний потік за статтю та віком (табл. 5).

Таблиця 5

Розподіл туристичного потоку за статтю та віком, %

Країна	Частка жінок	15 – 29 років	30 – 44 років	45 – 59 років	60 років і більше
Німеччина	47	23	30	27	20
Великобританія	44	22	33	29	16
Франція	51	22	26	22	30
Італія	39	32	33	22	13
Нідерланди	45	25	32	27	16
Іспанія	40	—	—	—	—

Дані табл. 5 показують, що тільки у Франції спостерігається невелика перевага жінок у туристичному потоці. В інших країнах більшість туристичного потоку складають чоловіки, особливо в Італії — 61%. Звертає на себе увагу активність людей старшого віку, після 60 років, у Франції, де вони складають 30% потоку (для порівняння: в Італії 13%).

Сучасна практика ціноутворення в готельному бізнесі стимулює парні поїздки та спрямована проти мандрівників-одинаків. Справа в тому, що ціна за номер на одного і двох проживаючих у більшості іноземних готелів однакова. Це призводить до того, що турист, який подорожує один, сплачує значно більше, ніж сімейна пара.

Знаючи мету подорожей, прихильність до різноманітних видів розміщення, розподіл туристичних потоків за соціальним статусом, статтю та віком і ефективно використовуючи їх, можна спланувати фінансові потоки, які істотно вплинуть на економіку тієї чи іншої країни.

Отже, основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури — готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямыми (збільшення заробітної плати робітників спричиняє збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалось вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій.

Він сприяє диференціації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає.

Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном.

Таким чином, було визначено економічні функції туризму та їх вплив на економіку.

Але не менш важливі є соціальні функції туризму, особливо якщо розглядати туризм як форму розумового та фізичного виховання, що реалізується через гуманітарно-соціальні функції (оздоровча, спортивна, виховна та ін.).

Виходячи з цього, можна розглядати туризм і як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомство з історією, культурою і традиціями певної країни [5].

Отже, можна зробити висновок, що феноменальний успіх туризму зумовлений тим, що в його основі лежить задоволення постійних прагнень людства пізнати світ. Це пізнання через туризм уможливило підвищення в багатьох країнах життєвого рівня населення, розвиток транспорту, інформаційних та інших технологій, глобалізацію в цілому. Для багатьох туризм уже не розкіш, а природна необхідність.

Можна стверджувати, що основними завданнями економічної діяльності в галузі туризму є: створення туристичного продукту та надання туристичних послуг, удосконалення інфраструктури туризму, розвиток внутрішнього та іноземного туризму,

збільшення валютних надходжень до бюджету країн, задоволення різноманітних потреб населення.

Література: 1. Александрова А. Ю. Международный туризм. — М.: Б. и. 2001. — 352 с. 2. Гаврилишин И. П. Рекреационный рынок мира // Посредник. — 1995. — №40. — С. 14–16. 3. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. — М.: Новое издание, 2001. — 320 с. 4. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 400 с. 5. Кифяк В. Ф. Организация туристической деятельности в Украине. — Чернівці: Книги-21ст., 2003. — 300 с. 6. Пузакова Е. П. Международный туристический бизнес. — М.: Б. и., 2001. — 380 с.

Стаття надійшла до редакції
16.11.2005 р.

УДК 658.152

Громика Р. П.

ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ ІНВЕСТУВАННЯ В ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

In the article the general tendencies of fixed investment development at the industrial enterprises of region are considered. The results of economic activities and their influence upon the processes of capital renewals are analyzed. The sectoral differences in the formation of own resources on procurement the process of renovation as well as its connection with output are determined.

За підсумками січня-травня 2005 року порівняно з відповідним періодом 2004 року обсяги промислового виробництва зросли на 6,2% [1], тоді як темп зростання промисловості за 2004 рік складав 12,5%. Між тим було відзначено, що на кінець минулого року темпи почали уповільнюватися, що і позначається на зростанні промисловості 2005 року. Лідером залишається машинобудування (11,2%), але це не може задовольнити стратегічні напрями розвитку економіки країни із урахуванням того, що в 2003 році зростання машинобудування становило 35,8% [2].

За даний період загальна вартість основного капіталу промислових підприємств не має тенденцій до зростання, а інвестиції в основний капітал відносно незначні. Це свідчить про відсутність інтенсивних змін в оновленні основних фондів на підприємствах і необхідності пошуку сучасних організаційно-економічних механізмів управління цим процесом.

Відповідно до Державної програми розвитку промисловості на 2003 – 2011 роки, схваленої Постановою Кабінету Міністрів України від 28 липня 2003 р. №1174 [3], поліпшилася інвестиційна привабливість промисловості. В загальному обсязі інвестицій в основний капітал частка промисловості збільшилася до 40,6 відсотків. Але в цьому документі відзначено необхідність запровадження нових підходів у проведенні політики капітальних видатків, впровадження якісно нових форм спільного інвестування.