

## ТЕМА 5. ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

### Програмні питання

- 1.1 Принципи та проблеми розвитку економіки міжнародного туризму.
- 1.2 Економічний сенс витрат в туризмі.
- 1.3 Туристичний продукт в міжнародному туризмі.
- 1.4 Туристичні експорт та імпорт.

### Основні терміни і поняття

Мультиплікатор; прямий дохід; непрямий дохід; стимулятивний дохід; інвестиції; прямі інвестиції; портфельні інвестиції; туристичний експорт; туристичний імпорт; туристичний продукт; тур; круїз; незалежний тур; пекідж тур; інклюзив тур; прямі витрати; непрямі витрати; невидимі витрати; видимі витрати; додаткові витрати; альтернативні витрати; економічна туріндустрія; національний бюджет; міжнародна торгівля; платіжний баланс.

### 5.1 Принципи та проблеми розвитку економіки міжнародного туризму

*Економіку туріндустрії* можна визначити як дисципліну, яка вивчає й аналізує економічні відносини, що розвиваються в процесі виробництва і споживання туристичних продуктів і послуг, призначених для задоволення потреб і бажань мандрівників.

Ці відносини можна розглядати як на макрорівні, так і на мікрорівні. З одного боку, виробництво продукції і послуг, необхідних для задоволення потреб, безпосередньо залежить від бажань споживачів – туристів. З іншого – на розвиток самої туристичної індустрії впливає безліч зовнішніх і внутрішніх факторів.

Як і будь-яка економіка, економіка туризму відповідає на такі основні запитання: що, як і для кого виробляти. Економіка туризму вирішує:

- які туристичні продукти і послуги будуть вироблені за визначений період, у якій кількості, якої якості та наскільки вони є різноманітними;
- як ці туристичні продукти і послуги будуть вироблені, тобто за рахунок яких джерел і за якою технологією;
- як туристичні продукти та послуги будуть розподілені серед внутрішніх і зовнішніх туристів;
- як економічна діяльність буде розвиватися з часом.

Отже, суспільство, незалежно від місця, часу та рівня розвитку, зіштовхується з економічними проблемами в туризмі. Ці проблеми, як правило, пов'язані з тим, що:

- невизначену кількість туристичних потреб і бажань потрібно розподілити в порядку важливості;
- існують різні способи використання обмежених чи рідкісних туристичних ресурсів, які надаються у розпорядження туристів для задоволення їхніх потреб і бажань.

Існує безліч інших проблем, наприклад, пов'язаних зі створенням туристичних продуктів і наданням послуг, визначенням ціни, за якою вони будуть розподілятися, і розміщенням туристичних фірм.

У макроекономіці туріндустрії можна виокремити чотири основні проблеми:

- ефективність розподілу обмежених туристичних ресурсів;
- підтримка стійкої економіки туризму;
- розвиток економіки туризму;
- справедливий розподіл туристичного доходу (і виробництва).

Ці чотири проблеми вирішують за допомогою механізмів туристичного ринку.

У соціалістичній економіці найважливіші рішення в сфері економіки туризму ухвалювала держава за відсутності контролю за допомогою механізмів туристичного ринку. У результаті держава, а не об'єктивні економічні закони, регулювала та координувала дії, до яких вдавалась «від імені» туристичних організацій і туристів.

Це не означає, що за умов «стихийного» ринку держава не повинна брати участь у вирішенні основних економічних проблем туризму. Залучення держави в процес регулювання економіки туризму досягається завдяки визначеній туристичній політиці, мета якої – усунення вузьких місць і нейтралізація небажаного впливу механізмів туристичного ринку.

Економіка туризму базується на таких основних принципах:

- максимізація ступеня психологічного задоволення туристів;
- максимізація доходів організацій, у тому числі турфірм, які пропонують туристичні продукти і послуги;
- максимізація стимулювання витрат туристів у процесі подорожей.

За певних обставин дотримання цих принципів може призвести до негативних наслідків. Наприклад, досягнення короткострокової мети максимізації доходу може спричинити створення великої кількості структур для обслуговування туристів, унаслідок чого знизиться рівень їхнього психологічного задоволення. Це може зменшити приплив туристів у певну країну і, як наслідок, обмежити приплив коштів, отже, занизити економічні показники розвитку цієї країни.

На туризм як галузь економіки впливає безліч обмежувальних факторів. Для аналізу відносин, які склалися в туризмі, ці обмеження варто класифікувати:

- обмеження в попиті;
- обмеження в пропозиції;
- обмеження, що стосуються навколишнього середовища, пов'язані з його забрудненням;
- обмеження вільного часу туриста;
- юридичні обмеження;
- обмеження через відсутність знань;
- обмеження через недостатність ресурсів.

Крім перелічених, існує безліч інших, менш значущих обмежень. А ще різноманітні обмежувальні фактори можуть поєднуватися, створюючи комплекси обмежень в економіці туризму.

## 5.2 Економічний сенс витрат в туризмі

Туризм включає процеси виробництва і придбання продукту. Однак точно визначити сферу, в якій турист здійснює витрати з організації і проведення своєї подорожі, важко. Тому для зручності всі витрати можна поділити на види за ознаками, що характеризують місце призначення, час і мету придбання.

З погляду часу здійснення туристичних витрат виокремлюють три періоди в споживанні товарів і послуг:

– *витрати перед подорожжю*. У місці свого проживання туристи купують різні речі, необхідні для подорожі (турпутівки, квитки для переїзду, страховки та ін.). Витрати перед поїздкою включають передоплату послуг, які будуть надаватися і споживатися під час майбутньої поїздки. Якщо туристи користуються послугами національного туроператора, то більше коштів залишається в країні проживання і менше туристу необхідно буде витратити в іншій країні. Чим більше витрат турист здійснює у місці проживання, тим краще для економіки цієї країни;

– *витрати поточного споживання*. Турист купує необхідні товари і послуги в процесі подорожі (поточне споживання). Витрати поточного споживання включають: купівлю товарів широкого вжитку; купівлю невеликих товарів тривалого користування і поточного споживання незалежно від часу і місця їхнього використання; купівлю сувенірів; оплату послуг, які надаються під час поїздки (перевезення, розміщення); купівлю інших товарів (послуг) у місці призначення – у відвідуваній країні;

– *витрати майбутнього споживання*, або витрати після поїздки, включають: придбання товарів (послуг), пов'язаних із поїздкою (проявлення фотоплівки, ремонт автомашини, пошкодженої під час подорожі, та ін.), крім придбання нерухомості та дорогих товарів тривалого користування.

Отже, загальні туристичні витрати складаються з витрат на товари і послуги, які передують подорожі, витрат поточного споживання і витрат майбутнього споживання. Для розвитку економіки країни, яка відправляє туриста, цікавою є тільки перша складова туристичних витрат, а для країни, яка приймає, – витрати поточного та майбутнього споживання. Ці витрати є доходом від міжнародного туризму, і кожна країна, яка приймає туристів, зацікавлена в їх зростанні. Щоб збільшувати доходи від міжнародного туризму, необхідно, насамперед, поліпшувати якість товарів і послуг.

Залежно від часу та місця призначення туристичні витрати поділяють на дві групи:

- прями;
- непрями.

Залежно від мети подорожі виокремлюють такі туристичні витрати:

- невидимі;
- видимі;

– додаткові.

Класифікація туристичних витрат є важливою не тільки для економіки туризму, а й для економіки держави загалом.

### 5.3 Туристичний продукт в міжнародному туризмі

Туристичний продукт складається з багатьох компонентів, які можуть бути як відчутними, так і невловимими (рис. 5.1). Безліч продуктів, які потрібні туристу для задоволення своїх потреб і бажань, створені самою природою, тобто природним шляхом, наприклад, сонячне світло, повітря і вода. Ці продукти звичайно характеризуються як вільні ресурси і не є предметом спеціального вивчення й аналізу в економіці туризму. Усі інші ресурси, які надаються за плату, називаються економічними.

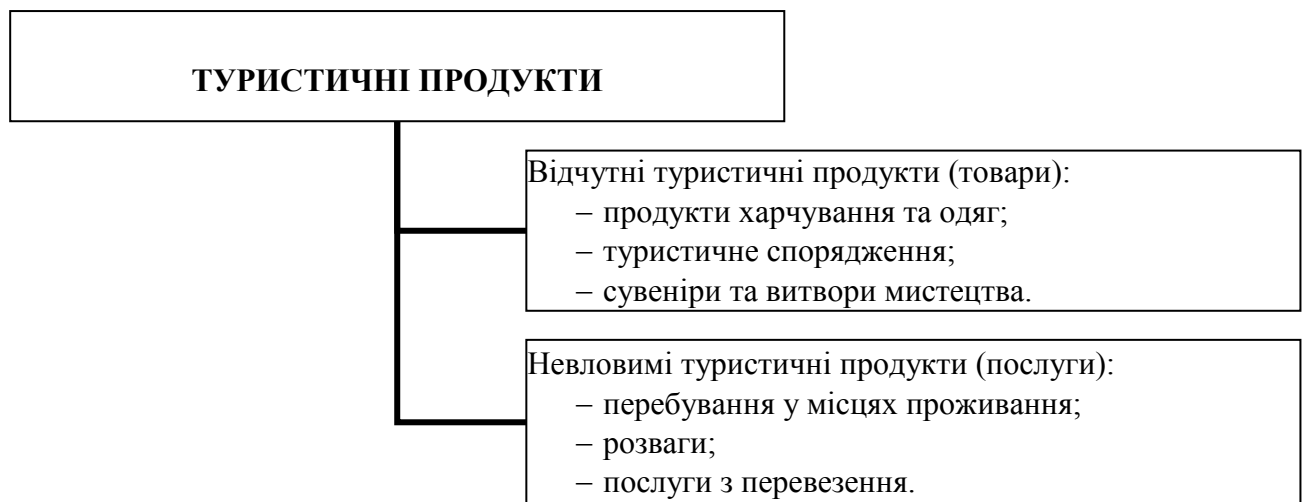


Рис. 5.1 – Основні різновиди туристичних продуктів

Для вивчення й аналізу економіки туризму чималий інтерес становлять нематеріальні туристичні продукти, які також використовуються для задоволення туристичних потреб і бажань, тобто їх можна характеризувати як економічні товари. На відміну від відчутних турпродуктів, невловимі кількісно не обмежені, їх не можна складати чи накопичувати. Їхнє виробництво і споживання відбуваються одночасно і виключно в тих місцях, де вони вироблені; їх використовують тільки ті туристи, яким вони необхідні.

#### 5.3.1 Види турпродукту

На практиці продукцію туризму, яку пропонують на ринку, поділяють на три основних види:

1) комплексні туристичні послуги, які включають розміщення, харчування, транспортні, побутові, екскурсійні, спортивні й оздоровчі послуги, об'єднані спільною метою і програмою перебування;

2) окремі туристичні послуги, такі, як розміщення, харчування, а також транспортні, екскурсійні, спортивні, оздоровчі та побутові послуги;

3) товари туристичного призначення, до яких належать карти, намети, спальні мішки, рюкзаки та інше туристське та спортивне спорядження (індивідуальне та групове), а також сувенірна туристична продукція.

До перших двох видів належить основна продукція туризму, яка переважно позначається терміном «тур» (синоніми – «турне», «подорож», "поїздка"). Використовують ще термін "круїз".

Тур може бути внутрішнім, здійснюватися у межах національних державних кордонів, чи міжнародним – в одній чи декількох закордонних країнах, тобто поза межами країни постійного місця проживання мандрівника.

Економічна значущість туризму, його фінансові результати впливають на місцеві бюджети і бюджет країни. Причому туризм може сприяти як припливу додаткових засобів, так і їх відпливу з бюджету країни (регіону). За цією ознакою виокремлюють два види туризму: активний і пасивний.

Ураховуючи можливі економічні наслідки, багато країн докладають значних зусиль для кращого розвитку в'їзного та внутрішнього туризму.

Важливе значення має розподіл турів на «незалежні» та «пакетні».

Щоб запропонувати клієнтам «пакетний» тур за розумною ціною (звичайно нижчою порівняно з вартістю «незалежного» туру того ж рівня сервісу), туроператор повинен завчасно зарезервувати й оплатити значну кількість готельних номерів, транспортних засобів, інших послуг, які потім складаються в «пакети» й у формі турів пропонуються туристам як безпосередньо, так і через турагентів (рис. 5.2).

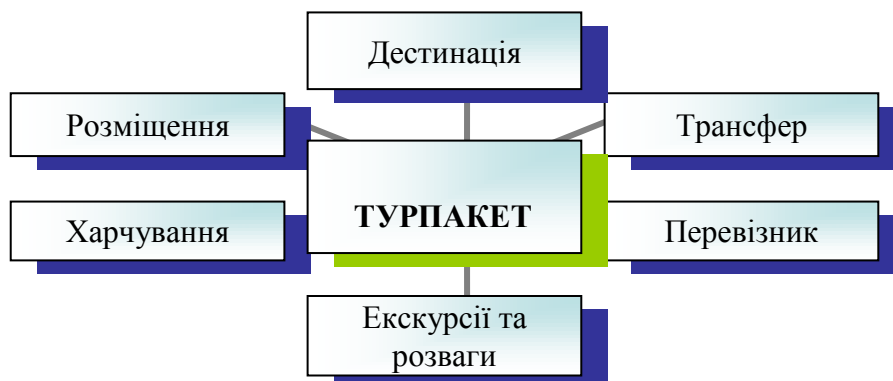


Рис. 5.2 – Основні складові турпакета

«Пакетні» тури бувають двох типів:

- індивідуальні, коли людина подорожує самотійно;
- групові, коли людина подорожує в складі групи, всі члени якої придбали рівноцінні пакети послуг.

Перелічимо загальні для всіх «пакетних» турів види послуг, які вимагають обов'язкової попередньої оплати.

Транспортне обслуговування (перевезення) від початкової точки маршруту, якою може бути, наприклад, аеропорт чи морський порт, автобусний термінал чи вокзал, до місця призначення (до першого місця призначення, якщо на маршруті передбачено відвідування декількох місць), а потім повернення до початкової точки маршруту чи в інше визначене місце.

Готельне обслуговування (розміщення в готелі). Залежно від характеру туру і його вартості пропонують безліч рівнів і класів готельного обслуговування. Клієнтам надається широкий вибір турів, які найбільше відповідають їхнім потребам і можливостям. Представництва турфірм повинні працювати на всіх етапах реалізації «пакетних» турів, щоб мандрівники мали можливість одержати необхідну інформацію і допомогу в початковій точці, у проміжних пунктах маршруту й у кінцевому його пункті.

До інших послуг, які можуть бути включені в «пакетні» тури, належать, зокрема, пересадки (трансфери). Це стосується всіх пересадок з одного виду транспорту на інший від початкової точки шляху – аеропорту, морського порту чи поромної переправи – до обраного готелю, а потім від цього готелю до наступного місця відправлення.

Крім того, у вартість «пакетного» туру, за бажанням туриста, включають інші послуги. Харчування – можуть бути передбачені тільки сніданок, континентальний чи повний, половинне харчування сніданок і вечеря, а також повне харчування. Однак не всі «пакетні» тури включають харчування; можливий варіант «самообслуговування», який є кращим для батьків із дітьми і людей, які не бажають бути обмежені визначеним часом надання харчування.

Експерсії й ознайомлення з визначними пам'ятками переважно включають у вартість «пакетного» туру. Якщо ж вони не входять у вартість, то турист сам вирішує, в яких екскурсіях йому брати участь, але при цьому з нього стягується додаткова плата.

Послуги гідів, перекладачів і екскурсоводів звичайно включаються у вартість «пакетного» туру, а також у вартість організованих (запланованих) екскурсій і поїздок визначними місцями, але можуть й оплачуватися окремо.

Якщо потрібно, туроператори і турагенти можуть надати допомогу та рекомендації у таких випадках:

- при одержанні в'їзних туристичних віз, необхідних для відвідування країни (країн);
- у разі необхідності вакцинації і щеплень чи запобіжних заходів для уникнення захворювань малярією чи іншими тропічними хворобами при відвідуванні деяких країн;
- при обміні валюти та використанні чеків;
- при страхуванні подорожей з метою забезпечення компенсації при скасуванні туру, затримці на шляху, псуванні (втраті) багажу, у нещасний випадках та ін. Може бути передбачене спеціальне страхування використаного транспорту.

Всі види податків здебільшого враховані у вартості «пакетного» туру.

### **5.3.3 Туристичний продукт як джерело доходу**

Сумарний обсяг товарів і послуг, вироблених туріндустрією за визначений період часу (переважно за рік), визначається як валовий туристичний продукт. Валовий турпродукт може розглядатися в двох аспектах:

- 1) як сума всіх витрат на виробництво туристичних товарів і послуг за визначений період;

2) як сума всіх доходів від реалізації туристичних товарів і послуг за визначений період.

Розглянемо варіант визначення валового туристичного продукту як суми всіх витрат. Витрати на виробництво туристичних товарів і послуг можна класифікувати в такий спосіб:

- витрати на туристичне споживання – всі туристичні витрати на купівлю товарів і послуг;
- приватні туристичні інвестиції, які включають витрати на впровадження технологічних нововведень;
- державні туристичні витрати, включаючи загальні, здійснені державою для купівлі туристичних товарів і послуг;
- чистий туристичний експорт.

Розглянемо валовий турпродукт як дохід. У цьому разі валовий турпродукт складається з різних доходів, одержуваних у період виробництва туристичних товарів і послуг з:

- доходів працівників;
- доходів від продажу туристичних товарів і послуг, доходів, одержуваних від здавання в оренду кімнат, апартаментів тощо;
- прибуток турфірм;
- відсотків, які одержує турбізнес за надання кредитів і позик.

Прибуток розраховується як різниця між виторгом від реалізації туристичних товарів та послуг і витратами на їх виробництво й реалізацію. Результат може виявитися негативним, оскільки таке виробництво може бути збитковим.

Формула туристичного доходу має такий вигляд:

$$\begin{aligned} \text{Турпродукт} - \text{Непрямі податки} + \text{Державні субсидії} = \\ = \text{Туристичний дохід.} \end{aligned}$$

Для пожвавлення виробничої активності в туріндустрії капітал, витрачений на виробництво туристичного продукту в одному періоді, повинен бути поповнений у новому періоді.

#### **5.4 Туристичні експорт та імпорт**

Туризм можна імпортувати в країну й експортувати з неї. Витрати туристів з інших регіонів є вкладеннями в економіку регіону, що приймає. Подорожуючи в іншу країну, туристи витрачають частину доходу, отриманого в своїй країні, для задоволення власних туристичних потреб і бажань. Якщо під час подорожі вони обмінюють валюту, країна, яка їх приймає, у подальшому використовує її для оплати зовнішніх боргів чи на фінансування економічних програм із розвитку виробництва. Витрати закордонних туристів в іншій країні на задоволення власних туристичних потреб і бажань становлять собою туристичний експорт для країни, що приймає. Звичайно, говорячи про експорт, мають на увазі експортні продукти, не враховуючи, що його можуть формувати, наприклад, «купівля» досвіду чи вражень. Країна, що приймає туристів, «експортує» досвід подорожей, тобто туристичний досвід і враження. Для економіки країни, з якої іноземні туристи прибувають, витрачені в іншій

країні гроші на задоволення туристичних потреб і бажань є туристичним імпортом.

Отже, *туристичний експорт* – це вивезення з країни туристських вражень, яке супроводжується одночасним ввезенням туристом грошей у цю країну. *Туристичний імпорт* – це ввезення в країну туристських вражень, яке супроводжується одночасним вивезенням туристом грошей з цієї країни.

У туристичному експорті потоки туристів і платежів спрямовуються в одному напрямі, тоді як у промисловому експорті потоки спрямовані у протилежні напрями (рис. 5.3).

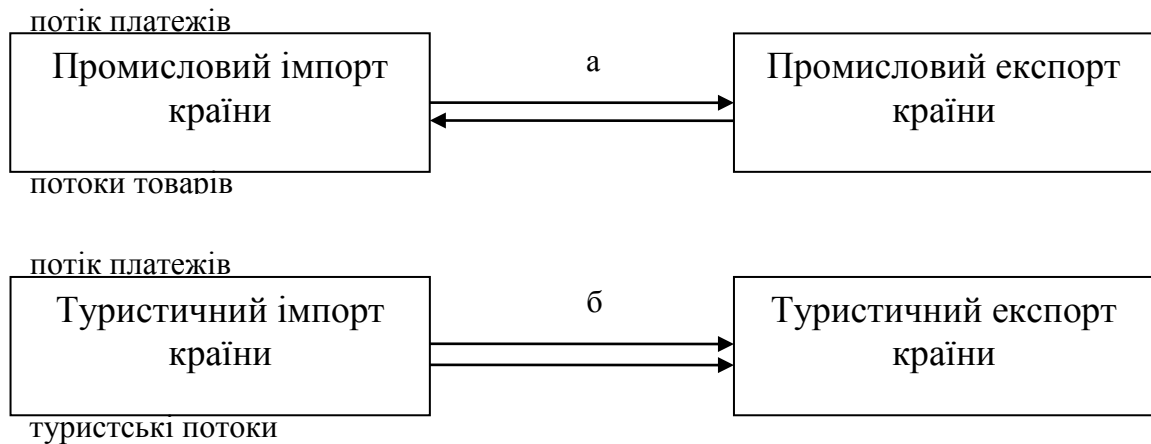


Рис. 5.3 – Економічне порівняння потоків: а – промислових; б – туристичних