

- В. Гук, Т. Шарашидзе, Л. Й. Юрківська, С. О. Куликов. – К.: ТОВ «ІАМЦАУ «СТАТУС», 2006. – 1152 с.
3. Міжнародні стандарти фінансової звітності 2004 / Перекл. з англ. За ред. С. Ф. Голова. – І частина. – К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2005. – 1304 с.
 4. Міжнародні стандарти освіти для професійних бухгалтерів / Перекл. з англ. за ред. Н. Неводи. – К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2004. – 78 с.
 5. Николаева С. А. Профессиональное суждение в системе нормативного регулирования бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет. – 2000. – № 12. – С. 50–55.
 6. Рабошук А. В. Принципи, стандарти та професійне судження в бухгалтерському обліку: теоретико-методичний аспект: Автореф. дис. ... кандидата екон. наук / Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2006. – 23 с.
 7. Рожнова О. В. Финансовый учет. Теоретические основы, методологический аппарат. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экзамен, 2003. – 192 с.
 8. Рожнова О. В. Финансовый учет. Теоретические основы, методологический аппарат. – М.: Экзамен, 2001. – 320 с.
 9. Соколов Я. В., Терентьева Т. О. Профессиональное суждение бухгалтера: итоги минувшего века // Бухгалтерский учет. – 2001. – № 12. – С. 53–57.
 10. Шапошников А. А., Синицина Т. В. Профессиональное суждение и его роль в аудите // Аудиторские ведомости. – 2006. – № 4. – С. 3–9.
 11. Шнейдман Л. З. Как пользоваться МСФО. – М.: Бухгалтерский учет, 2003. – 96 с.

Яковенко Н.

УМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Проаналізовано стан розвитку туристичної галузі України, систематизовано фактори впливу на ринок туристичних послуг на сучасному етапі, досліджено тенденції його розвитку, висвітлено напрямки сприяння сфері в'їзного туризму, визначено пропозиції щодо можливостей удосконалення діяльності туристичної галузі України.

Туристична галузь відіграє дедалі вагомішу роль у соціально-економічному розвитку країн світу і є важливим елементом їх економічної стратегії. На різні сектори економіки туризм впливає завдяки високим темпам свого розвитку, значним обсягам валютних надходжень, створенню підґрунтя для інтенсивного розвитку відповідної інфраструктури.

Щорічно зростає чисельність міжнародних туристичних поїздок. Про це свідчать статистичні дані, згідно з якими кількість міжнародних подорожей туристів із 1950 р. до 2003 р. збільшилася з 25 млн. до майже 700 млн. А за прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ВТО) до 2020 р. їх кількість зросте втричі та досягне 1,6 млрд. осіб. При цьому очікують зростання доходів від готельно-туристичних послуг із 445 млрд. дол. США у 1998 р. до приблизно 2 трлн. дол. США у 2020 р. [3, 21].

Зважаючи на актуальність теми та проблематики, ряд питань розвитку в'їзного туризму розглянуто у спеціальній літературі, в т. ч. їх досліджували такі вітчизняні автори, як Л. Агафонова, А. Виноградська, В. Євдокименко, В. Кравців, М. Крачило, О. Любіцева, Н. Мельник, Д. Стеченко, В. Федорченко.

Разом із тим, ефективний розвиток галузі обумовлює необхідність урахування сукупної дії глобалізаційних процесів у сфері послуг та чинників розвитку туризму, функціонування туристичної галузі у сфері міжнародної торгівлі послугами та її підпорядкування дії загальних економічних законів світового ринку. Саме тому постає питання типологізації країн. Типологічними ознаками для характеристики національного туристичного ринку прийняті комплексно-пропорційний розвиток індустрії туризму, її орієнтованість на участь у міжнародних туристичних зв'язках, характер цих зв'язків, вплив глобалізаційних процесів та інтегрованість у світогосподарську систему [1, 106].

При цьому типологічними показниками визначені:

- рівень соціально-економічного розвитку;
- сформованість ринкових структур;
- рівень розвитку індустрії туризму;
- участь у світовому туристичному процесі;
- характер експортно-імпортних туристичних зв'язків.

Відповідно до сполучення типологічних ознак виділяють чотири типи національних туристичних ринків:

а) **високоінтенсивний** – притаманний країнам із високим рівнем економічного розвитку з активною участю у міжнародному туризмі (наприклад, США, ФРН, Велика Британія, Італія, Австрія);

б) **стабілізований** – орієнтований переважно на експорт туристичних послуг, характерний для країн середнього рівня економічного розвитку, нових індустріальних країн, постсоціалістичних країн із ринковою економікою (в т. ч. Іспанії, Туреччини, Мексики, Таїланду, Польщі, Словаччини);

в) **реформований** – притаманний країнам перехідної та централізовано керованої економіки з елементами ринкової, орієнтований як на експорт туристичних послуг, так і їх імпорт (наприклад, Болгарія, Румунія, Російська Федерація, Україна, Казахстан, Китайська Народна Республіка);

г) **акумулюючий** – поширений у країнах, що розвиваються, з домінуванням іноземного туризму, та країнах планової економіки, які підтримують туризм як традиційну галузь господарства, не розширюючи практично участі у світовому туристичному процесі (серед них Індія, Єгипет, Танзанія, Куба, країни Центральної Африки).

Незважаючи на те, що Україна належить до третьої групи – з реформованим туристичним ринком, у країні ще не досягнуто належних результатів у розвитку туристичної сфери. Сучасний етап характерний порівняно незначною участю у світовому туристичному процесі. Порівняння світової практики організації туризму з його теперішнім станом в Україні дає підстави констатувати наявність певного розриву.

Передусім, рекреаційно-туристичний комплекс реалізує свої можливості лише на третину [3, 23]. За даними Всесвітньої туристичної організації, у 2003 р. серед 21-ї з основних європейських країн-учасниць міжнародного туризму за кількістю іноземних відвідувачів Україна займала 10 місце. У 2004 і 2005 рр. за цим показником наша країна піднялася на 9 місце, і на неї припадало 3,8% частки туристичного ринку Європи. Слід зауважити, що у 2003 р. серед зазначених країн за показником величини надходжень від міжнародного туризму Україна займала останнє місце, у 2004 та 2005 рр. – передостаннє, обійшовши лише Болгарію, при цьому українська частка надходжень становила 0,3% та 0,99% відповідно. Це підтверджує наявність суттєвих потенційних резервів щодо підвищення ефективності галузі туризму, які можуть бути успішно використаними в Україні.

За часів Радянського Союзу туристична галузь мала величезне значення і вагу в економіці держави. Більшою мірою успіх туристичної галузі був визначений внутрішнім туризмом, який ефективно розвивався завдяки міцній системі соціального туризму.

Хронологія туристичної галузі України свідчить про тривале домінування внутрішнього туризму, яке обумовило перетворення України на країну-генератора виїзних туристичних потоків і значною мірою деформувало структуру й баланс туризму. За скромних обсягів внутрішнього валового продукту на душу населення в Україні у перші роки незалежності щорічно спостерігався переважно виїзний туризм громадян за кордон – не менше 6 млн. осіб, головним чином, із комерційно-торговельною метою. Одночасно за цей період в Україну приїхало іноземних туристів: 620 тис. осіб – у 1994 р., 2,5 млн. осіб – у 1996 р. Неможна не зазначити, що така деформація балансів туристичних потоків спричинила значний вплив валютних коштів за кордон [2, 38].

Із урахуванням важливості розвитку туристичної галузі 15 вересня 1995 р. був прийнятий Закон України «Про туризм» № 324/95–ВР, яким держава акцентувала увагу на туризмі як на одній із найперспективніших

галузей. Завдяки цьому поступове нарощення зусиль на розвитку туристичної галузі, а також комплекс заходів, спрямованих на створення відповідної інфраструктури (готельних комплексів, мережі ресторанів, кафе та інших закладів харчування, розвиненої мережі транспортного й екскурсійного обслуговування) сприяли розвитку міжнародного співробітництва України у сфері туризму. Як результат, поступово починає збільшуватися кількість іноземних туристів, які відвідали Україну. Дані щодо динаміки туристичних потоків в'їзного туризму наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Туристичні потоки в'їзного туризму в Україні*.

Рік	Країни	Усього в'їзних туристів	Темпи приросту кількості туристів, %
2000	СНД	5 029 709	...
	Інші	1 401 231	...
	Разом	6 430 940	...
2001	СНД	7 871 898	+56,5
	Інші	1 302 268	-7,1
	Разом	9 174 166	+42,7
2002	СНД	8 559 140	+8,7
	Інші	1 957 525	+50,3
	Разом	10 516 665	+14,6
2003	СНД	9 285 411	+8,5
	Інші	3 228 472	+64,9
	Разом	12 513 883	+19,0
2004	СНД	10 852 820	+16,9
	Інші	4 776 393	+47,9
	Разом	15 629 213	+24,9
2005	СНД	10 805 200	-0,5
	ЄС	6 318 220	+44,0
	Інші	507 340	+21,0
	Разом	17 630 760	+12,6
2006	СНД	11 929 538	+10,4
	ЄС	6 248 806	-1,0
	Інші	757 431	+49,3
	Разом	18 935 775	+7,4

* Склала авторка на основі даних [4].

Як видно з цієї таблиці, від 2000 р. туристичні потоки в'їзних туристів в Україні характерні позитивною і сталою динамікою. При цьому структуру в'їзного потоку за країнами походження визначають за історичними та географічними чинниками: найбільше туристів в Україну приїжджає з

країн СНД. Разом із тим протягом останніх років збільшився притік туристів із країн Європейського Союзу.

Загалом, організований туризм розвивався, проте не дуже швидкими темпами. Крім того, від 2003 р. кількість туристів, які приїжджають в Україну зі службовою та діловою метою зменшується. Це свідчить про те, що Україна певною мірою втратила ділову привабливість для іноземців. У той же час збільшення обсягів в'їзного потоку забезпечене завдяки активізації приватного туризму.

Як свідчать статистичні дані, сталими темпами в Україні розширюється внутрішній туризм, що також є важливим показником розвитку туристичної галузі.

Розвиток туристичної галузі України відображають такі кількісні показники, як зростання вартісних обсягів туристичного споживання, надходження від в'їзного туризму. Результативність діяльності галузі у сфері в'їзного туризму досить концентровано охарактеризована в середніх обсягах надходжень із розрахунку на одного іноземного туриста. Відповідні дані, що характеризують названі показники, наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Обсяг туристичного споживання і надходження від в'їзного туризму в Україні*

Роки	Загальний обсяг туристського споживання, млн. дол. США	Темп приросту загального обсягу туристського споживання*	Надходження від в'їзного туризму			Середні надходження від одного іноземного туриста в Україні*		
			млн. дол. США	+,- до минулого р.*		дол. США	+,- до минулого р.*	
				млн. дол. США	в %		дол. США	в %
2000	3529,36	...	1901,93	295,75
2001	4207,31	19,2%	2607,77	705,84	37,11	284,25	-11,5	-3,89
2002	4770,97	13,4%	3156,62	548,85	21,05	300,15	15,9	5,59
2003	5636,56	18,1%	3963,31	806,69	25,55	316,71	16,56	5,51
2004	6910,55	22,6%	5140,43	1177,12	29,70	328,90	12,19	3,85

* Розрахувала авторка на основі даних [4].

Як свідчать дані табл. 2, зростання туристичних потоків зумовлює збільшення попиту й обсягів споживання туристами товарів і послуг різних галузей національної економіки, стимулюючи їх розвиток та приріст виробництва. Так, сукупний обсяг послуг, що надали підприємства туристичної та курортної галузей у 2002 р., становив 3 068,8 млн. грн., а в 2005 р. – 6 700 млн. грн. [4].

Обсяг туристичних послуг, що надали ліцензіати (туристичні оператори та туристичні агенти) України за 9 місяців 2006 р. збільшився, порівняно з аналогічним періодом 2005 р., на 26% і становив 2,8 млрд. грн. Платежі до бюджету ліцензіатів протягом 9 місяців 2006 р. зросли порівняно з аналогічним періодом 2005 р. на 27% і досягнули 97,4 млн. грн. [4].

Темпи приросту загального обсягу туристичного споживання – наочна характеристика розвитку туристичної галузі. Частка послуг української туристичної та курортної галузей у ВВП зросла від 1,32% у 2001 р. до 1,36% у 2002 р. та 1,39% у 2003 р., а у 2004 р. – до 1,6% [4].

Діяльність туристичної галузі забезпечується відповідною інфраструктурою, виробничими потужностями і залученням значної кількості кваліфікованих працівників. Нині в туристичній та курортній сфері України діють понад 8,7 тисячі підприємств, у т. ч.:

- 1,2 тисячі готелів та інших місць для короткотермінового проживання (68% із них перебувають у приватній власності, 17% – у комунальній і 15% – у державній; при цьому середньорічна завантаженість готельного фонду становить лише 31%);

- 3,3 тис. санаторно-курортних закладів (із них 1,9 тис. – госпрозрахункові; при цьому ліцензованих туристичних агентів та туристичних операторів у 2001 р. було 2,6 тис., у 2003 р. – 3,9 тис., а в 2006 р. – 4,3 тисячі;

- протягом 2006 р. чинними були 5 356 ліцензій на туристичну діяльність, із них туристичних операторів – 2142 та туристичних агентів – 3 214.

Враховуючи важливість розвитку туризму в світовій економічній системі, Україна починає приділяти більше уваги цій перспективній галузі. У жовтні 1997 р. на 12-й сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації (ВТО) Україна стала дійсним членом цього об'єднання. А у вересні 1999 р. Україну обрано членом Виконавчої ради ВТО. У 2001 р. статус члена Ділової ради ВТО отримав Київ.

Для підвищення ефективності туристичної галузі уряд держави розробив ряд заходів, серед яких наступні:

- удосконалено договірно-правову базу зовнішніх відносин;
- укладено міжурядові та міжвідомчі угоди про співробітництво в галузі туризму; зокрема за станом на 1 січня 2007 р. підписано 44 міжуряд-

дових та міжвідомчих угод про співробітництво у галузі туризму, в т. ч. 12 – із країнами ЄС;

- розроблено проекти міжурядових та міжвідомчих угод про співробітництво в галузі туризму з понад 20 країнами світу, які є для України перспективними туристичними ринками, активний переговорний процес із їх укладання;
- активізовано співпрацю в численних спільних міжурядових комісіях та організаціях; щорічні засідання проводять 13 міжвідомчих робочих груп із туризму; взято участь у роботі 68 міжурядових комісій, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, а також реалізовано понад 10 міждержавних, міжурядових та міжвідомчих програм і протоколів довготермінового й середньотермінового співробітництва з питань туризму;
- вироблено дієвий механізм взаємодії з міністерствами, відомствами, іншими органами виконавчої влади України з питань розвитку, стимулювання та підтримки туристичної діяльності;
- розгорнуто інформаційно-рекламну та виставкову діяльність, активізовано організацію міжнародних і регіональних туристичних салонів, ярмарок, бірж тощо; так, у 2006 р. Україна була представлена на 12 міжнародних туристичних заходах за кордоном: у Австрії, Великій Британії, Іспанії, Ізраїлі, Латвії, Італії, Чеській Республіці, ФРН, Російській Федерації, Республіці Білорусь.

За прогнозами фахівців, позитивна динаміка в'їзного туризму спостерігатиметься і надалі, бо Україна має всі можливості для розвитку туристичної сфери, ефективного використання природно-рекреаційних, історико-культурних, туристично-екскурсійних ресурсів.

Вагомим підґрунтям для підвищення ефективності туристичної галузі нашої країни, особливо в'їзного туризму, є те, що Україна займає одне з провідних місць в Європі за цінними й унікальними курортно-лікувальними, історико-культурними ресурсами, володіє високим природним потенціалом, має вигідне географічне розташування. Крім того, економіка отримала статус ринкової і активно спрямована в напрямі міжнародного інтегрування до світової економічної системи. Зазначені чинники сприяють розбудові туристичної інфраструктури, однак український туристичний продукт поки що недостатньо конкурентоспроможний на зовнішніх ринках.

Разом із тим, основними причинами відставання української туристичної сфери є:

- відсутність комплексної політики держави;
- неналежне нормативно-правове та організаційно-фінансове забезпечення;
- низька якість складових національного туристичного продукту;

– недостатнє кадрове забезпечення сфери туризму тощо.

За недосконалості розвитку туристичної інфраструктури та інших недоліків сфера туризму не зможе належно функціонувати, давати прибутки й поповнювати державний і місцеві бюджети.

У той же час, інституційно-організаційна підсистема індустрії туризму країни перебуває у стадії перманентного реформування, що значно ускладнює здійснення послідовної туристичної політики і не стимулює розвиток інвестиційного процесу [1, 110].

Вважаємо, що до основних чинників розвитку в'їзного туризму в Україні на підставі застосування міжнародної практики належать наступні:

- 1) забезпечення інституційної розбудови структури управління галуззю;
- 2) необхідність вироблення ефективних механізмів державної політики в цій сфері;
- 3) підтримку державою розвитку галузі туризму, як одного з інструментів економічного зростання;
- 4) диференціація і протекціонізм туристичної діяльності;
- 5) залучення місцевих органів влади до розвитку туристичної сфери конкретного регіону та тісна співпраця з приватним сектором;
- 6) спрощення умов для функціонування українських туристичних операторів;
- 7) детальне довготривале планування розвитку туристичної галузі;
- 8) запровадження системи постійної перевірки відповідності туристичної галузі міжнародним стандартам;
- 9) проведення експериментів щодо залучення іноземного капіталу для туристичних підприємств;
- 10) розробка і застосування на регіональному та місцевому рівнях інноваційних технологій у сприянні, заохоченні й просуванні туризму;
- 11) використання високих технологій та наукових розробок, проектування електронного бізнесу в галузі туризму;
- 12) вжиття активних маркетингових заходів для підвищення рівня торгівлі та конкурентоспроможності на міжнародних ринках;
- 13) налагодження міжнародного співробітництва з туристично розвинутими країнами;
- 14) підготовка висококваліфікованого кадрового потенціалу.

Вивчаючи практику та впроваджуючи досвід високорозвинених країн, Україна зможе швидше налагодити ефективну туристичну політику і сповна використовувати всі соціально-економічні блага та вигоди від міжнародного туризму.

In this article real development conditions of Ukrainian tourism industry are examined, different factors of influence on modern tourism market are systematized, main tendencies of tourism

development are analyzed, encouragement methods of inbound tourism are shown, proposals toward possible improvements of Ukrainian tourism business are determined.

Література

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 3-є вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.
2. Мельник Н. П. Сучасні підходи до розвитку туризму в Україні // Туризм: Теорія і практика. – 2005. – № 1.
3. Стеченко Д. М., Передумови і напрями формування туристичного ринку в Україні // Туризм: Теорія і практика. – 2005. – № 1.
4. www.tourism.gov.ua

Яневич М.

ПОШУК ЕФЕКТИВНИХ ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Розглянуто маркетингову інформаційну систему, як безперервний процес пошуку ефективних шляхів поліпшення діяльності підприємства та прийняття правильних управлінських рішень.

Початок ХХІ ст. відкриває дедалі вищі рубежі економічного зростання, диктує свої правила виживання, розкриває нові пріоритети для розвитку вітчизняних підприємств. Якщо раніше основним пріоритетом для більшості підприємств було «виробництво», то сьогодні ситуація кардинально змінилася – головними орієнтирами стали споживач продукції і максимальне задоволення його потреб.

Нині важлива ланка між підприємством та потенційним покупцем – маркетингова діяльність підприємства.

Сучасний стан розвитку суспільства часто називають «віком інформації». Це пояснюється швидкістю розвитку технологічного і науково-технічного прогресу. Інформація займає важливе місце в підприємстві. Ефективне використання інформаційних ресурсів забезпечує надійну діяльність підприємства.

У зв'язку зі швидкою зміною основних орієнтирів організаційної діяльності та інформаційного середовища дедалі важливішого значення для підприємства набуває маркетингова інформаційна система, яка б забезпечувала безперервний процес опрацювання маркетингових інформаційних даних для постійного пошуку ефективних шляхів удосконалення діяльності підприємства.

development are analyzed, encouragement methods of inbound tourism are shown, proposals toward possible improvements of Ukrainian tourism business are determined.

Література

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 3-є вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.
2. Мельник Н. П. Сучасні підходи до розвитку туризму в Україні // Туризм: Теорія і практика. – 2005. – № 1.
3. Стеченко Д. М., Передумови і напрями формування туристичного ринку в Україні // Туризм: Теорія і практика. – 2005. – № 1.
4. www.tourism.gov.ua

Яневич М.

ПОШУК ЕФЕКТИВНИХ ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Розглянуто маркетингову інформаційну систему, як безперервний процес пошуку ефективних шляхів поліпшення діяльності підприємства та прийняття правильних управлінських рішень.

Початок ХХІ ст. відкриває дедалі вищі рубежі економічного зростання, диктує свої правила виживання, розкриває нові пріоритети для розвитку вітчизняних підприємств. Якщо раніше основним пріоритетом для більшості підприємств було «виробництво», то сьогодні ситуація кардинально змінилася – головними орієнтирами стали споживач продукції і максимальне задоволення його потреб.

Нині важлива ланка між підприємством та потенційним покупцем – маркетингова діяльність підприємства.

Сучасний стан розвитку суспільства часто називають «віком інформації». Це пояснюється швидкістю розвитку технологічного і науково-технічного прогресу. Інформація займає важливе місце в підприємстві. Ефективне використання інформаційних ресурсів забезпечує надійну діяльність підприємства.

У зв'язку зі швидкою зміною основних орієнтирів організаційної діяльності та інформаційного середовища дедалі важливішого значення для підприємства набуває маркетингова інформаційна система, яка б забезпечувала безперервний процес опрацювання маркетингових інформаційних даних для постійного пошуку ефективних шляхів удосконалення діяльності підприємства.