

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Невід'ємним елементом розробки стратегії сталого розвитку регіону стає виявлення пріоритетів його забезпечення як системи переваг суб'єктів його господарського простору. У числі найважливіших пріоритетів сталого розвитку регіону: енергетична безпека і незалежність, демографічна стабілізація і зростання, зростання доходів населення, бездотаційне функціонування регіонів, дотримання екологічних стандартів, пріоритетний розвиток базових галузей традиційної виробничої орієнтації, формування необхідних передумов переходу до інноваційної моделі розвитку економіки економічного району, формування необхідної інфраструктури регіональної інноваційної системи, зростання випуску інноваційної продукції; зростання виробництва конкурентоспроможних товарів і послуг і т.д.

**Висновки та пропозиції.** Отже, розробка стратегії сталого розвитку економічного району та механізму її реалізації не дасть бажаних результатів без створення необхідної фінансової, організаційної, інституційної та інформаційної основи зростання інтегрованості, однорідності та безперервності простору господарської системи економічного району.

Виходячи з цього доцільно запропонувати заходи з розширення компетенцій і повноважень структур влади на рівні економічного району для забезпечення його переходу до сталого розвитку:

– формування на рівні економічного району централізованих фінансових, інвестиційних, страхових і резервних фондів розвитку. Їх наповнення буде здійснюватися або централізовано, «зверху», за рахунок державних коштів; або «знизу», за рахунок податкових надходжень, в результаті трансформації існуючого механізму надходження державних і регіональних податків в дохідні частини бюджетів відповідних рівнів (наприклад, залишення формованого в регіонах ПДВ). Ці фонди будуть займатися фінансуванням реалізації стратегічно важливих загальних проектів;

– створення, консолідованих органів стратегічного управління і регулювання територіального розвитку, в тому числі тих, що здійснюють відбір та сприяння фінансуванню (на умовах державно-приватного партнерства) реалізації пріоритетних проектів;

– передача відповідних об'єктів власності на регіональний рівень, створення об'єктів власності і господарювання спільного ведення суб'єктів України;

– наділення створених органів управління реальними повноваженнями на основі їх розмежування між державними, регіональними органами та органами місцевого самоврядування з дотриманням принципів субсидіарності і солідарності.

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ:**

1. Абалкин Л. И. Стратегия управления / Л. И. Абалкин. – М. : Политиздат, 1975. – 79 с.
2. Абалкин Л. Стратегия России: взгляд в завтрашний день (методологические размышления) / Л. Абалкин // Экономист. – 2003. – № 7.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с. 4
9. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал. – СПб. : «Питер», 2001. – 688 с.
5. Pearce J. A., Robinson R. B. Jr. Strategic Management, 2nd ed. Homewood, Ill: Richard D. Irwin, 1985. – P. 6.
6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа = Strategic Management: Concepts and Cases / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : «Вильямс», 2007. – 328 с.
7. Schendel D. E., Hatter K. J. Business Policy or Strategic Management: A Broader View for an Emerging Discipline. Academy of Management Proceeding. August, 1972. – P. 4.
8. Невелев О.В. Сталий розвиток регіону: стратегічні напрями та механізми / О. М. Невелєв, Б. М. Данилишин. – К. : [б.в.], 2002. – 128 с.
9. Буркинський Б.В. Специфічні доміанти стратегії стійкого регіонального розвитку / Б.В. Буркинський, С.К. Харічків // Економіка промисловості. – 2002. – № 3. – С. 24 – 29.
10. Довгострокова стратегія розвитку України до 2015 року – Режим доступу: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua)
11. Методичні вказівки з розробки регіональних стратегій сталого розвитку / А.Г.Шапар, М.А.Смець, П.І.Копач та ін. – Дніпропетровськ: „Моноліт”, 2003. – 133 с.
12. Стратегічне планування. Навчальний посібник/ О.Берданова, В.Вакулєнко, В.Тертичка. – Л.: ЗУКЦ, 2008. – 138 с.

### **ОГЛЯД МОТИВАЦІЙНИХ СКЛАДОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ УКРАЇНИ**

*Дружиніна В.В.*, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського(Україна)

*Залуїна О.М.*, к.т.н., доцент, доцент кафедри менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського(Україна)

*Махія К.В.*, аспірант кафедри менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського(Україна)

#### **Дружиніна В.В., Залуїна О.М., Махія К.В. Огляд мотиваційних складових туристичних потоків України**

У статті розглянуто теоретичне і практичне обґрунтування мотиваційних аспектів (цілі, фактори, мотиви) при виборі подорожі. До цілей відносяться: службові і бізнес, туристичні, освітні, приватні, культурні цілі. Мотиви поділяються на природні, культурні, психологічні і економічні. Існує ряд факторів. Їх можна розділити на дві категорії: домінантні (рівень доходу, структура витрат, платоспроможність, вік, сімейний стан, стан здоров'я) і побічні (менталітет, віросповідання, рівень культури, політична орієнтація).

В роботі виділено та досліджено основні мотиваційні аспекти туристів, які впливають на рішення при виборі подорожі. Визначено їх основні характеристики і надана їх кількісна інтерпретація. Розглянуто взаємозв'язок мотиваційних аспектів в розрізі рівня відвідуваності регіонів України. Проведений аналіз впливу цих чинників на рівень відвідуваності тих чи інших регіонів та роль їх правильного практичного компонування з метою сприяння підвищенню рівня відвідуваності іноземними туристами.

Зроблені висновки щодо впливу мотиваційних аспектів на туристів при виборі подорожі та розроблено перспективи подальшого покращення інфраструктури туристичної сфери з метою підвищення відвідуваності регіону іноземними туристами.

**Ключові слова:** мотивація, фактори, цілі, мотиви, мотиваційні аспекти, іноземні туристичні потоки.

#### **Дружиніна В.В., Залуїна О.М., Махія К.В. Обзор мотивационных составляющих туристических потоков Украины**

Рассмотрены теоретическое и практическое обоснование мотивационных аспектов (цели, факторы, мотивы) при выборе путешествия. К целям относятся: служебные и бизнес, туристические, образовательные, частные, культурные цели. Мотивы делятся на природные, культурные, психологические и экономические. Существует ряд факторов, их можно разделить на две категории: доминантные (уровень дохода, структура расходов, платежеспособность, возраст, семейное положение, состояние здоровья) и побочные (менталитет, вероисповедание, уровень культуры, политическая ориентация).

В работе выделены и исследованы основные мотивационные аспекты туристов, которые влияют на решения при выборе путешествия. Определены их основные характеристики и предоставлена их количественная интерпретация. Рассмотрена взаимосвязь мотивационных аспектов в разрезе уровня посещаемости регионов Украины. Проведено анализ влияния этих факторов на уровень посещаемости тех или

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ  
ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

иных регионов и роль их практической компоновки с целью содействия повышению уровня посещаемости иностранными туристами. Сделанные выводы относительно влияния мотивационных аспектов туристов при выборе путешествия и разработаны перспективы дальнейшего улучшения инфраструктуры туристической сферы с целью повышения посещаемости региона иностранными туристами.

**Ключевые слова:** мотивация, факторы, цели, мотивы, мотивационные аспекты, иностранные туристические потоки.

**Druzhinina V., Zalunina O., Makhinya K. Review motivational components of tourist flows Ukraine**

The article deals with theoretical and practical study of motivational aspects (goals, factors, causes) when choosing travel. The goals include: office and business travel, educational, private, and cultural purposes. The causes are divided into natural, cultural, psychological and economic. There are a number of factors. They can be divided into two categories: dominant (income, cost structure, solvency, age, marital status, health status) and side (mentality, religion, cultural level, political orientation).

The article highlighted and investigated the main tourist motivational aspects that influence the decision in choosing the trip. Defined their main characteristics and provided a quantitative or interpreting them. Examined the relationship of motivational aspects in terms of attendance regions of Ukraine. Made the analysis of the impact of these factors on the attendance of certain regions and their proper role with practical layout to increase level of attendance by foreign tourists.

Also made conclusions about the impact of motivational aspects for tourists when choosing travel and perspectives developed further improve infrastructure of tourism sector in order to increase attendance by foreign tourists in the region.

**Keywords:** motivation factors purposes, motivation, motivational aspects, foreign tourist flows.

**Постановка проблеми.** Рівень розвитку туристичної галузі нерозривно зв'язаний із розвитком економіки країни. Особливість її ролі не тільки у фінансовому вкладі, а також і у тому, щоб стимулювати супутні галузі, які безпосередньо чи опосередковано мають відношення до туристичної сфери

Сучасний турист, як і більшість проявів сьогодення, характеризується прагненням до максимальної ефективності і вигоди. Основними рушійними силами якого являються мотиваційні аспекти, які у свою чергу складаються з різноманітних чинників, які в результаті формують цілісне прагнення туриста до тих чи інших способів задоволення потреб. Вивчення та використання цих мотиваційних аспектів у практичній діяльності туристичної галузі постає як ніколи гостро, і важливо правильно інтерпретувати їх в туристичні пропозиції. Особливо важливим є доцільне розуміння і врахування мотивації іноземних туристів, як вагової частини туристичних потоків. Належне дослідження та використання здобутих знань дозволить суттєво підвищити ефективність діяльності галузі в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття «мотивація» багатогранне і застосовується в усіх сферах життя людини, тому мотивація як наука привернула увагу дослідників.

Одними із перших дослідників, які вивчали мотивацію були: А. Маслоу, К. Алдерфер, Д. МакКлелланд та Ф. Герцберг, їхні праці вже стали класичними, основна увага зосереджувалася на питанні впливу на працівника для збільшення продуктивності його роботи.

Вагомий внесок у розвиток мотивації також зробили такі вчені: Квартальнов А.В, Макаренко С.М, Саак А.С., Тейлор Ф., Гілберт Ф. й Гілберт Л., Емерсон Г., Фоллет М., а також Шелдон О., Файоль А., Мейо Е. та інші, але вивченню мотиваційних аспектів для подорожі не було присвячено достатньої уваги, тому враховуючи відсутність досліджень даної тематики, досить вагомими будуть результати, які надалі можна буде застосувати в практичній діяльності [1].

**Виділення невирішеної проблеми.** На сьогоднішній день вивченню туристичної мотивації, а саме мотиваційних аспектів при туристичній подорожі не було приділено достатньої уваги, це і посприяло написанню статті.

**Метою статті є** теоретичне і практичне обґрунтування мотиваційних аспектів туристів при виборі подорожі.

**Результати досліджень.** Загальною тенденцією сучасного соціально-економічного розвитку більшості країн, у тому числі і України, є розширення сфери послуг і глибокі трансформації її організаційної і функціональної структури. Ці заходи впроваджуються з метою залучення якнайбільшої кількості іноземних і вітчизняних туристів та задоволення їх потреб.

Потреби туриста залежать від мотиваційних аспектів, що змушують людину реалізувати свої рекреаційні й інші потреби за допомогою туризму. Систематизація факторів та мотивів наведена на рис. 1.

Ціль туристичної поїздки може бути будь-яка і, якщо туристичне підприємство може організувати виконання поставленої мети шляхом надання відповідних послуг, то туристична подорож здійснюється.

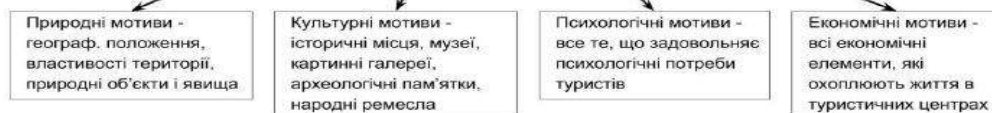
З рис.1 можна виділити основні цілі туристів. Серед них:

- 1) службові і бізнес цілі, які пов'язані з веденням ділової активності іноземних туристів;
- 2) туристичні цілі - бажання дізнатися більше про країни і відвідати їх;
- 3) освітня ціль – поїздка за кордон з метою навчання;
- 4) приватні цілі – відвідування родичів та вирішення особистих справ;
- 5) культурні цілі, пов'язані з пізнанням звичаїв та традицій різних народів, відвіданням історичних місць, архітектурних пам'яток країни чи регіону; релігійні цілі-відвідання святих місць, і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для туристів середовища, а також спортивні цілі характеризуються подоланням певного відрізка земної поверхні, який називають маршрутом.

Цілі туристичної поїздки може бути будь-яка і, якщо туристичне підприємство може організувати виконання поставленої мети шляхом надання відповідних послуг, то туристична подорож здійснюється.

З рис.1 можна виділити основні цілі туристів. Серед них:

- 1) службові і бізнес цілі, які пов'язані з веденням ділової активності іноземних туристів;
- 2) туристичні цілі - бажання дізнатися більше про країни і відвідати їх;
- 3) освітня ціль – поїздка за кордон з метою навчання;
- 4) приватні цілі – відвідування родичів та вирішення особистих справ;
- 5) культурні цілі, пов'язані з пізнанням звичаїв та традицій різних народів, відвіданням історичних місць, архітектурних пам'яток країни чи регіону; релігійні цілі-відвідання святих місць, і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для туристів середовища, а також спортивні цілі характеризуються подоланням певного відрізка земної поверхні, який називають маршрутом.



**Рис. 1. Мотиваційні аспекти при виборі туристської подорожі (розроблено авторами)**

**ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РАЗВИТТЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ  
ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Цілі подорожі тісно пов'язані з мотивами і впливають на вибір туристичного продукту. Виділяють 4 групи мотивів:

- 1) природні мотиви характеризуються географічним положенням, природними об'єктами і явищами території, на якій буде здійснюватися відпочинок;
- 2) культурні мотиви – це сукупність історичних пам'яток, які формують враження про певну країну, регіон;
- 3) психологічні мотиви – позитивні або негативні емоції, надзвичайні ситуації, які впливають на враження від подорожі;
- 4) економічний мотив – всі економічні елементи, які охоплюють життя в туристичних центрах. Такі мотиви відіграють важливу роль при формуванні турів і впливають на поведінку туристів з середнім достатком [2].

Існує ряд факторів, які впливають на мотиви і цілі подорожі. Їх можна розділити на дві категорії: домінуючі (рівень доходу, структура витрат, платоспроможність, вік, сімейний стан, стан здоров'я) і побічні (менталітет, віросповідання, рівень культури, політична орієнтація).

Мотиваційні складові туристичних потоків можна оцінити через кількісну їх інтерпретацію, обравши часовий інтервал з 2012-2014 роки (табл.1).

Результати табл. 1 свідчать про те, що з 2012 по 2014 роки різко збільшилися подорожі з приватними цілями (відвідування родичів, особисто організовані поїздки з метою ознайомлення з культурою, звичаями і традиціями різних країн світу) та зменшилися подорожі з цілями туризму, бізнес-туризму, навчання.

Таблиця 1

**Структура іноземних туристів за цілями відвідування, %\***

Ціль	Роки		
	2012	2013	2014
Кількість туристів(всього)	100	100	100
Службова, ділова поїздка, тур-бізнес	1,5	0,7	0,4
Туризм	4	2	1,15
Приватна	72,9	73,7	76,3
Навчання	0,1	0,001	0,008
Культурний та спортивний обмін, релігійна	21	0,02	7,8
Інша	0,3	23,6	22,1

\*Джерело: Дані Державного комітету статистики - <http://ukrstat.org/about.html>

Проаналізувавши статистичні дані за допомогою ланцюгових і базисних індексів було визначено фактичне збільшення / зменшення кількості іноземних туристичних потоків (табл.2). Згідно таблиці можна сказати, що загальна частка приватних візитів за остання роки зросла. В той час, як частка службових і бізнес візитів в період з 2012 року по 2014 рік знизилася це свідчить про те, що в нашій країні дефіцит кадрів, організації ділового туризму, немає стандартів і технічних регламентів, гармонізованих з європейськими, щодо туристичних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури. Інфраструктурне й інформаційне облаштування цих об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база сфери туризму і курортів, зокрема, санаторно-курортних закладів, відверто застаріла. В Україні спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом.

Ділова людина, особливо іноземний бізнесмен, хотіла б поселитися в Україні не просто в першокласному готелі, а у спеціалізованому бізнес-готелі, обов'язковою складовою якого є диверсифікований бізнес-центр, що має надавати безліч ділових послуг з обов'язковою розважально-ознайомлювальною програмою.

Сьогодні існує нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України. За висновками дослідження міжнародних ділових організацій, столиця й інші міста України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Менше 20 % українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту [3].

Візити з метою навчання різко зменшилися з 2012 року по 2014 рік, причина цього є невідповідний рівень підготовки кадрів і застаріла матеріально-технічна база, цього не достатньо, щоб конкурувати з провідними Європейськими державами.

Подорожі в Україну з метою туризму також зменшилися, це свідчить про те, що необхідно створити відповідну маркетингову стратегію стимулювання туризму, яка сприяла б збільшенню кількості іноземних відвідувачів.

З причин зменшення кількості туристів можна виділити наступні: погіршення ділового клімату, невідповідний рівень підготовки кадрів, недостатнє фінансування туристичної галузі, нерозвинена туристична інфраструктура.

Таблиця 2

**Розподіл іноземних туристів України по залежно від цілі відвідування у 2012-2014 роках (осіб)\***

Цілі подорожі	Роки	Кількість іноземних туристів	Ланцюгові індекси		Базисні індекси	
			2013 р. до 2012 р.	2014 р. до 2013 р.	2013 р. до 2012 р.	2014 р. до 2012 р.
1. Службова, ділова поїздка, тур-бізнес	2012	350224				
	2013	167416	0,47		0,47	
	2014	46437		0,27		0,13
2. Туризм	2012	940052				
	2013	488496	0,52		0,52	
	2014	146804		0,3		0,15
3. Приватна	2012	16795240				
	2013	18167742	1,08		1,08	
	2014	9696854		0,53		0,57
4. Навчання	2012	23813				
	2013	283	0,011		0,011	
	2014	1109		3,91		0,046
5. Культурний та спортивний обмін, релігійна	2012	4853973				
	2013	5841872	1,2		1,2	
	2014	2814021		0,48		0,58
6. Інша	2012	49521				
	2013	5418	0,11		0,11	
	2014	3282		0,61		0,07

Джерело\*: Дані Державного комітету статистики - <http://ukrstat.org/about.html>

**ПРОБЛЕМИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

На основі інформації про цілі туристів, мотиваційні аспекти та статистику відвідуваності регіонів країни, виконано розподіл областей за кількістю іноземних відвідувачів у 2012 році (табл.3).

Згідно даних таблиці, більшість областей України туристично-непривабливі для подорожуючих з інших країн і не перевищують 1 тисячі туристів на рік. Причинами цього є низька репутація з боку іноземних відвідувачів через відносно низьку конкурентоспроможність вітчизняного туристичного продукту, що не дозволяє Україні посісти гідне місце серед інших європейських країн. Тому для активного розвитку візного туризму в країні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію його стимулювання, яка сприяла б збільшенню кількості іноземних відвідувачів, дозволила б краще використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та допомогла б створенню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг [4, с. 201].

Таблиця 3

**Розподіл регіонів України за кількістю відвідування їх іноземними туристами 2012 р.\***

№	Кількість відвідувачів	Регіон
1	До 1000	Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Житомирська, Закарпатська, Київська (без м. Київ), Кіровоградська, Луганська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська
2	1000 – 4000	Донецька, Івано-Франківська, Харківська
3	4000 – 10000	Запорізька, Миколаївська, Одеська,
4	Більше 10000	Львівська, АР Крим, м. Київ, м. Севастополь

*Джерело\*: Дані Державного комітету статистики - <http://ukrstat.org/about.html>*

1-4 тисячі туристів відвідують Донецька, Івано-Франківська та Харківська області. Основними цілями подорожуючих є освітні і культурні. Оскільки, в даних областях чимало навчальних закладів міжнародного рівня .

4-10 тисяч туристів є Запорізьку, Миколаївську та Одеську області. Велика кількість пам'яток історії, культури, об'єктів природно-заповідного фонду, наявність лікувальних ресурсів і морських піщаних пляжів та етнографічне розмаїття сформували імідж цих областей. Особливу увагу слід звернути на в'їзд іноземних туристів в Донецьку область, так як дані наведені в таблиці за 2012 рік, рік проведення Євро-2012. В області було впроваджено комплексну програму модернізації інфраструктури до проведення Євро-2012. Відвідувачі спортивного заходу високо оцінили виконану роботу. Скориставшись цим досвідом, можна впроваджувати модернізаційні програми і у інших областях країни.

Лідуючі позиції за кількістю відвідувачів займають Львівська область, АР Крим, м. Київ та м. Севастополь (більше 10 тисяч іноземних туристів). Львівська область та м. Київ, характеризується, оригінальними та унікальними традиціями, культурою, звичаями, обрядами, великою кількістю визначних пам'яток історії та культури. АР Крим, м. Севастополь приваблює іноземних туристів оздоровчо-курортним та пізнавальним туризмом.

У висновок можна сказати, що лише деякі регіони країни представляють цінність для іноземних туристів, в той час, коли решта регіонів мають нерозкритий туристичний потенціал (рис.2.) Для покращення ситуації та необхідно впроваджувати програми розвитку туристичної галузі в регіонах.

Саме тут варто застосовувати отримані знання про цілі та мотиваційні аспекти туристів для створення інфраструктури, яка б максимально задовольняла туристський попит і тим самим збільшити відвідуваність кожного конкретного регіону.

**Висновки та пропозиції.** Отже, у проведеному аналізі досліджено потреби туриста та їх залежність від мотиваційних аспектів. Виділено основні чинники в формуванні мотивації. Разом факторами та мотивами, на вибір поїздки також впливають цілі подорожуючого. Їх дослідження та аналіз дозволить покращити підхід до планування подорожей з метою підвищення комфорту туристичної поїздки.

Отримані матеріали надають можливість розробки стратегій розвитку регіонів, що показують низький рівень відвідуваності, з концентрацією уваги на підвищенні інфраструктури. Переймаючи досвід успішних областей, можна суттєво покращити рівень обслуговування та краще задовольнити туристські потреби на всій території України. Саме практичне застосування вже набутого досвіду успішних впроваджень модернізації є одним з ключових факторів подальшого перспективного розвитку туристичної галузі країни.



**Рис. 2. Інформаційна карта в'їзних туристичних потоків іноземних туристів**

Таким чином теоретичне і практичне обґрунтування мотиваційних аспектів дає можливість: по-перше, дослідити основні мотиваційні аспекти туристів, які впливають на рішення при виборі подорожі та визначити їх основні

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

характеристики;

по-друге, розглянути взаємозв'язок мотиваційних аспектів в розрізі рівня відвідуваності регіонів України та роль їх правильного компонування з метою сприяння підвищенню рівня відвідуваності іноземними туристами.

Комплексний підхід до формування пропозиції туристичних подорожей з врахуванням всіх мотиваційних аспектів та можливих цілей поїздки дозволить максимально задовольнити туриста та збільшити загальний потік відвідувачів. Також дозволить підвищити рівень відвідуваності інших регіонів, де з впровадженням модернізованої інфраструктури будуть враховані всі туристські потреби.

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ:**

1. Войнаренко М. П. Механізм стимулювання праці в туристичній сфері України / М. П. Войнаренко, А. В. Юр'єва-Юрій. – Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. – 2009. – № 13. – С.26–31.
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. /В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська — К.: Альтерпрес, 2004. — 288 с.
3. Головки О.М. Організація готельного господарства: навч. посіб. / О.М. Головки та ін. – К.: Кондор, 2012. – 338 с
4. Пурська І.С. Регіональна економіка/ І.С.Пурська. – 2008. – № 4. – С. 200–207.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.org.ua>. – 2014.
6. Залунина О.М. Исследование проблем развития туризма в Украине в условиях нестабильной политической ситуации / О.М. Залунина, А.А. Линиченко// Міжнародна науково-практична конференція «Аспекти розвитку фінансово-економічної системи в умовах глобалізаційних процесів». – 18-19 квітня. – Київ: Аналітичний центр «Нова економіка», 2014 – С.10–13.
7. Самусева Р.Ф. Перспективное планирование развития регионального строительного комплекса / Р.Ф. Самусева, - М.: Стройиздат, 1979. – 160с.
- 8.Залунина О.М. Функциональная значимость строительных предприятий туристической сфере [электронный ресурс] / О.М. Залунина, В.В.Дружинина. – Николаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2014. – Випуск 2. – С. 198–201. – Режим доступу: <http://www.global-national.in.ua/vipusk-1-2014/80-zalunina-o-m-druzhinina-v-y-funktionalnaya-znachimost-stroitelnykh-predpriyatij-v-turisticheskoy-sfere>.

### **ДЕМОГРАФІЧНИЙ ТА КАДРОВИЙ ВИМІР МІЖНАРОДНИХ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

*Дугінець Г.В.*, к.е.н., доц., доцент каф. міжнародної економіки, Київський національний торговельно-економічний університет (Україна)

*Реліна І.Є.*, к.е.н., доцент каф. міжнародної економіки і світових фінансів, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

#### **Дугінець Г.В., Реліна І.Є. Демографічний та кадровий вимір міжнародних міграційних процесів в Україні**

У статті розглядаються питання демографічного та кадрового виміру міжнародних міграційних процесів в Україні. Визначено, що у складі світової міграційної системи Україна фігурує як країна походження, транзиту та прибуття мігрантів. Але основна проблема міжнародної міграції це виїзд за кордон фахівців віком до 45 років, значна частина яких має вищу освіту та науковий ступінь. Визначено, що в останні роки країна продовжує втрачати населення в результаті еміграції, і ці втрати не компенсуються імміграцією з-за кордону. Це призводить до того, що населення України стрімко скорочується. Обґрунтовано, що цільовим орієнтиром державної міграційної політики України має стати збереження інтелектуального потенціалу країни, для чого необхідно забезпечити вирішення таких завдань: повне фінансування оплати праці викладачів вищої школи, наукових працівників; розробка програми щодо збереження інтелектуального потенціалу країни; розвиток механізму стимулювання дослідницької діяльності і підготовки фахівців необхідної якості у необхідній кількості.

**Ключові слова:** міжнародна міграція, кваліфікований спеціаліст, приймаюча країна, еміграція, імміграція.

#### **Дугінець Г.В., Реліна І.Є. Демографический и кадровый измерение международных миграционных процессов в Украине**

В статье рассматриваются вопросы демографического и кадрового измерения международных миграционных процессов в Украине. Определено, что в составе мировой миграционной системы Украины фигурирует как страна происхождения, транзита и прибытия мигрантов. Но основная проблема международной миграции это выезд за границу специалистов в возрасте до 45 лет, значительная часть которых имеет высшее образование и научную степень. Определено, что в последние годы страна продолжает терять население в результате эмиграции, и эти потери не компенсируются иммиграцией из-за рубежа. Это приводит к тому, что население Украины стремительно сокращается. Обосновано, что целевым ориентиром государственной миграционной политики Украины должно стать сохранение интеллектуального потенциала страны, для чего необходимо обеспечить решение следующих задач: полное финансирование оплаты труда преподавателей высшей школы, научных работников; разработка программы по сохранению интеллектуального потенциала страны; развитие механизма стимулирования исследовательской деятельности и подготовки специалистов требуемого качества в необходимом количестве.

**Ключевые слова:** международная миграция, квалифицированный специалист, принимающая страна, эмиграция, иммиграция.

#### **Duginets G., Relina I. Demographic and human dimension of international migration in Ukraine**

The following article deals with demographic and human aspects of international migration in Ukraine. It is determined that Ukraine acts as a country of origin, transit and arrival of migrants in the global migration system. But the main problem of international migration is the emigration of professionals under the age of 45 years, the majority of which has higher education and degree. It is determined that in the recent years the country continues to lose population as a result of emigration, and these losses are not compensated through immigration from abroad. This causes Ukraine's population to decline rapidly. It is proved, that the state migration policy should aim to preserve Ukraine's intellectual potential, which can be done through: full wages for university teachers, researchers; developing an intellectual potential preservation program; developing a mechanism for stimulating research activity and training specialists of asserted quality in the required quantity.

**Keywords:** international migration, skilled specialist, host country, emigration, immigration.

**Постановка проблеми.** Сучасна трансформація економічної системи країни призвела до структурних зрушень і в соціальному середовищі, коли змінюються умови і якість життя людей. За роки незалежності процеси суспільного розвитку суттєво вплинули на демографічну ситуацію. Так одним із значних проявів цих змін є поширення внутрішньодержавних та міждержавних переміщень населення і трудових ресурсів. Тенденції, що спостерігаються в процесі міграції населення, визначають характер соціалізації суспільства, впливають на формування державної політики в сфері соціального розвитку суспільства та формують нові виклики для національного суверенітету. Отже суттєве зростання динаміки та масштабів міжнародних міграційних процесів, їх неоднозначний вплив на соціально-економічний, демографічний, етнокультурний і політичний розвиток країн, якісні трансформації вказаного процесу визначають важливість дослідження демографічного та кадрового виміру міжнародних міграційних процесів в Україні, яка належить до числа основних донорів населення, поступаючись лише Мексиці, Індії, Російській Федерації та Китаю.