

РОЗВИТОК ТУРИСТСЬКОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В РЕГІОНІ ЧОРНОГО МОРЯ

Ахновська І.О., к.е.н., доц., Донецький національний університет  
Дсусhev P.P.

Розвиток сучасної світової економіки характеризується посиленням міжнародної конкуренції, удосконаленням продуктивних сил на основі науково-технічного прогресу, що зумовлює поглиблення процесів інтернаціоналізації, активізацію інтеграції національних економік у систему міжнародного поділу праці і формування регіональних інтеграційних об'єднань, націлених на створення локальних середовищ, які сприяють підвищенню національної конкурентоспроможності й поліпшенню економічних і політичних позицій окремих держав на світовій арені. Стрімке зростання чисельності населення планети в ХХ ст., агломерація його розселення, перманентне збільшення доходів різних верств громадян розвинутих країн, підвищення їх культурного рівня, з одного боку, – а з другого, – інтенсивний розвиток сектору сервісної економіки у структурі світового господарства, а також взаємозближення країн утворюють сприятливі політичні, матеріальні та соціально-психологічні умови для бурхливого розвитку міжнародного туризму, перетворення його в один з найпотужніших сегментів світової економіки.

На сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, його диверсифікацію та структурно-функціональну трансформацію вагомий вплив здійснюють також розвиток мережі новітніх транспортних засобів та засобів зв'язку, системи страхування та гарантії безпеки людей, мобільність валютних операцій та інші фактори. Однак існують також і фактори, що гальмують розвиток даної сфери послуг, серед яких можна виділити такі: недостатність розвинутості інфраструктури, відсутність кваліфікованого персоналу, екологічні та кримінальні ризики, низький рівень побутового комфорту, високі ціни на послуги, внаслідок чого Україна суттєво відстає від провідних країн як за наданням туристичних послуг, так і за розвитком туристичної індустрії.

Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичних послуг присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці Р.Заблюцької, В.Кифяка, О.Любіцевої, В.Гуляєва, І.Зоріна, В.Квартальнова, В.Сеніна, А.Азара, В.Кифяка, О.Шаблій, І.Школи та ін. Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки процесів, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіональної трансформації, та дослідження механізму подальшого розвитку світового ринку туристичних послуг. Об'єктивна необхідність подальшої розробки і вдосконалення теоретико-методологічних та практичних основ ефективного механізму розвитку світового ринку туристичних послуг у сучасному світовому господарстві з урахуванням його тенденцій та змін, що відбуваються на кожному етапі його розвитку, обумовила актуальність теми дослідження.

Метою дослідження є удосконалення теоретико-методологічних та науково-практичних рекомендацій щодо оптимізації участі національної економіки у світовому ринку туристичних послуг в умовах його регіональної трансформації та глобалізації.

Естотного значення для розвитку економіки України набуває участь в ОЧЕС, що стимулює розвиток транзитного потенціалу, дозволяє вирішувати тактичні задачі, пов'язані зі створенням транспортних коридорів і спільних підприємств у цій сфері. Первинними мотивами формування ОЧЕС була необхідність усунення перешкод у використанні транспортних артерій та вирішення екологічних проблем, а основною ознакою функціонування організації – прееваланування двосторонніх зв'язків над багатосторонніми. Феномен ОЧЕС полягає в тому, що це перше велике інтеграційне угруповання країн постконфронтаційного етапу розвитку, що поєднало держави, які до останнього часу розвивались, орієнтуючись на принципово різні економічні й політичні моделі. Поглиблення інтеграції країн ОЧЕС передбачає інтенсифікацію міжнародного співробітництва в окремих сферах (транспорт енергоносіїв, наука й техніка, фінансово-інвестиційний сектор, туризм) і включення транспортної системи ОЧЕС у загальноєвропейську систему. Основними факторами, що стримують поглиблення інтеграційного процесу в рамках ОЧЕС є низький рівень інституціонального забезпечення; низька ефективність створених організаційних структур і спеціалізованих інститутів; неоднорідність країн-учасниць за різноманітними ознаками.

На сьогодні однією з високоприбуткових і динамічних галузей світової економіки є туризм. У сфері туризму зайнято понад 250 млн. чоловік, тобто кожен десятий працівник у світі. На його частку припадає 9,4% загального обсягу інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третина світової торгівлі послугами. Аналіз особливостей сучасного етапу розвитку світового ринку туристичних послуг дозволяє визначити, що глобалізація в туристичній галузі проявляється в двох основних формах: зростанні кількості туристичних напрямків та збільшенні дальності туристських поїздок.

Систематизація та критичний аналіз поглядів вітчизняних та зарубіжних учених на сутність економічної категорії «міжнародний ринок туристичних послуг» дозволяє виділити 2 основних підходи: представники першого сходяться на думці, що міжнародний ринок туристичних послуг у першу чергу являє собою мережу міжнародних економічних відносин між суб'єктами з різних країн з приводу реалізації та споживання туристичного продукту в міжнародних масштабах, тобто в їх визначеннях домінує системний підхід до розуміння міжнародного туристичного ринку як певної системи взаємовідносин між учасниками ринку. На противагу їхній думці, зарубіжні вчені акцентують основну увагу на тому, що міжнародний ринок туристичних послуг являє собою сукупність суб'єктів з різних країн світу, які представляють та реалізують свої інтереси з приводу створення, продажу та споживання туристичного продукту в міжнародних масштабах, тобто у визначеннях даної групи вчених домінує суб'єктний підхід до розуміння світового туристичного ринку як сукупності суб'єктів з різних країн світу з їх мотивами та інтересами [1;2;3;4].

Варто зазначити, що світовий ринок туристичних послуг має суттєві відмінності не лише від товарних ринків, а також і від ринку послуг взагалі. Даний факт обумовлений тим, що туристичному продукту, поряд із загальними специфічними характеристиками послуг, властиві свої відмінні риси [5]:

- 1) це комплекс послуг і товарів (матеріальних і нематеріальних компонентів), який характеризується складною системою взаємин між різними компонентами;
- 2) туристичний продукт залежить від таких змінних, як простір і час, для нього характерні коливання попиту;
- 3) попит на туристичні послуги надзвичайно еластичний стосовно рівня доходу й цін, але багато в чому залежить від політичних та соціальних умов;
- 4) пропозиція туристичних послуг відрізняється негнучким виробництвом; вони можуть споживатися тільки безпосередньо на місці;
- 5) споживач, як правило, не може побачити туристичний продукт до його споживання; в більшості випадків споживання здійснюється безпосередньо на місці виробництва туристичної послуги;
- 6) споживач долає відстань, що відокремлює його від продукту й місця споживання, а не навпаки;
- 7) туристичний продукт створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби й різні комерційні цілі;
- 8) не може бути досягнута висока якість туристичних послуг при наявності навіть незначних недоліків, оскільки обслуговування туристів складається саме з цих дрібних деталей;
- 9) оцінка якості туристичних послуг відрізняється значною суб'єктивністю: великий вплив на оцінку споживача спричиняють особи, що не мають прямого відношення до пакету придбаних послуг (наприклад, місцеві жителі, члени туристичної групи);
- 10) на якість туристичних послуг чинять вплив зовнішні фактори, що мають форс-мажорний характер (природні умови, погода, політика в області туризму, міжнародні події).

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

Доходи, які отримуються від розвитку туризму в усіх країнах світу, у 2,5 рази вищі за всесвітні доходи від експорту нафти. Відповідно до даних Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у світі нараховується 15 країн, що спеціалізуються на наданні туристичних послуг, у яких надходження від туризму перевищують прибутки від експорту, нерідко у багато разів.

Потрібно зазначити, що Європейський регіональний туристичний ринок є найбільшим у світі за кількістю іноземних туристів, частка якого у загальній структурі поступово скорочується. Серед сучасних тенденцій – формування нового туристичного району у Східних Балканах, зростання попиту на короткотерміновий відпочинок, збільшення кількості іноземних туристів, що прибувають з „нових” ринків та стагнація росту прибуттів іноземних туристів з „далеких” країн (передусім США) тощо. Азійсько-Тихоокеанський регіональний туристичний ринок – другий за кількістю іноземних туристів, частка якого зростає високими темпами. Для нього характерним є інтенсивний розвиток ринку країн Південно-Східної Азії за рахунок агресивної державної туристичної політики, нестача закладів розміщення іноземних туристів у країнах з високими темпами їх приросту, зміни у напрямках туристичних потоків у межах регіону. Американський регіональний туристичний ринок характеризується постійним зменшенням частки іноземних туристів у структурі світового ринку, істотною залежністю туристичної привабливості та інтенсивності в'їзного і виїзного туризму більшості країн регіону від прив'язки національних валют до американського долара, стійким зростанням темпів приросту кількості іноземних туристів на ринку Центральної Америки тощо. Африканський регіональний туристичний ринок має тенденції до збільшення частки у світовій структурі прийому іноземних туристів, переважання розвитку „нішевого” туризму в регіоні, трактування розвитку туризму в країнах Субсахарської Африки як важливої державної стратегії, спрямованої на створення робочих місць та подолання бідності. Близькосхідний регіональний туристичний ринок є найменшим за кількістю іноземних туристів ринком, на якому провідні позиції має Єгипет, де за рахунок значних капіталовкладень у розбудову туристичної інфраструктури та просування туристичних продуктів на міжнародних ринках, проведення „чартерної компанії” спостерігаються високі темпи приросту іноземних туристів.

Статистика в'їзного туризму, проведена за підсумками того, що пройшов 2009 року, продемонструвала спад в світовому туризмі на 4,3% в порівнянні з 2008 роком. 2009 рік був одним з найскладніших для світового туризму. Всесвітня туристична організація вважає, що всьому провинило економічна криза, що уразила країни у всьому світі і епідемія свинячого грипу. В Європі і країнах Близького Сходу показники вхідного потоку туристів знизилися на 5,6%, а в Тихоокеанському регіоні і Південно-східній Азії на 1,9%. У першому півріччі 2009 року вхідний потік туристів в Азійсько-тихоокеанський регіон скоротився на 7%, зате в другому виріс на 3%, показавши позитивні тенденції в економіці регіону. На Близькому Сході також швидкими темпами йде відновлення. У Північній Америці річні показники знизилися на 5%, і лише в кінці року відбулося невелике зростання завдяки регіону Карібських островів. На тлі загального спаду виділяється Африканський континент, який в 2009 році відвідало на 5,1% туристів більше, ніж в 2008 році. Найбільш погані результати за підсумками року в Іспанії, в 2009 році Іспанія втратила 8,7% туристів в порівнянні з 2008 роком. За останні 6 років це гірший показник.

Маркетингові дослідження, проведені ВТО в кінці ХХ ст. показують, що в 10 найбільш розвинутих країнах світу головним мотивом для здійснення подорожі залишається відпочинок. Найбільше значення відпочинку надають у тих країнах, які не мають теплового 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, у яких виїзд в інші країни займає скромніше місце: в США - 33%, Іспанії - 25%, Італії - 18%. Не можна забувати, що в першокласних готелях великих міст головною фігурою залишається бізнесмен. У готелях курортних міст головна фігура - відпочиваючий (хоча серед них, звичайно, зустрічається чимало бізнесменів, проте мета їхнього перебування - не бізнес, а відпочинок). Аналіз мотивацій поїздок представників розвинутих країн дозволив зробити висновок про превалювання у структурі мотивацій службової мети поїздки (для США на діловий туризм припадає 37,9% приїжджів в Україну, Німеччини – 23,7%, Ізраїлю – 17,4%). Приїжджі з країн Східної Європи перебувають в Україні в основному з приватними цілями (Польща – 68,0%, Словаччина – 51,3%, Румунія – 86,3%, Угорщина – 70,7%), що обумовлено географічною близькістю та культурною спорідненістю України з цими країнами [6].

Особливості географічного розташування та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природно-ресурсного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу створюють можливість для інтенсивного розвитку як внутрішнього, так і іноземного туризму в Україні. В останні кілька років в українському туризмі намітилися позитивні тенденції: збільшується обсяг наданих туристичних послуг і відповідно ростуть доходи від туризму. Збільшення в Україні числа туристів і обсягів наданих їм послуг пояснюється підвищенням конкурентоспроможності туристичної індустрії, комплексним підходом до розвитку туризму на регіональному рівні, більш ефективним функціонуванням готельного сектора, зміцненням малого й середнього бізнесу в туристичній сфері, у т.ч. сільського зеленого туризму. В Україні є всі передумови для розвитку й підвищення культури сучасної туристичної індустрії. Знаходячись у центрі Європи й володіючи сприятливими природно-кліматичними умовами, багатують культурно-історичною спадщиною, Україна має у своєму розпорядженні велику кількість привабливих для туристів об'єктів. У їхньому числі розмаїття флори і фауни, цілющі джерела мінеральних вод, більш 125 тисяч археологічних і архітектурних пам'яток. Враховуючи значний природно-рекреаційний потенціал України, можна говорити про те, що у нас є усі передумови для активного розвитку такої галузі, як туризм.

За даними Держкомстату, всього протягом 2009 року туристичними операторами було обслуговано 2 млн. туристів (на 22% менше, ніж за 9 міс. 2008 року) і 1,6 млн. екскурсантів (на 16% менше) в т.ч. за видами туризму: в'їзний - 229,1 тис. осіб (на 27% менше, ніж за 2008 рік); виїзний - 695,3 тис. осіб (на 34% менше, ніж за 2008 рік); внутрішній - 967,4 тис. осіб (на 10% менше, ніж за 2008 рік). Зменшення на 22% загальної кількості туристів відбулося із-за світової економічної кризи, яка істотно вплинула на доходи населення, і змусила їх до економії засобів.

Протягом 2009 року Україну відвідали 16,5 млн. іноземних туристів, що на 18% або майже на 3,7 млн. осіб менше, ніж за аналогічний період 2008 року. Зменшення об'ємів в'їзного потоку протягом 2009 р. відбулося за рахунок падіння числа поїздок за всіма мотиваціями. Поїздки з приватною метою зменшилися на 18%. Найбільше падіння спостерігається з таких країн: Білорусь (на 5% або на 114,1 тис. осіб), Польща (на 53% або на 1,2 млн. осіб), Росія (на 7% або на 391,1 тис. осіб), Румунія (на 27% або на 299,7 тис. осіб), Угорщина (на 29% або на 236,5 тис. осіб). Поїздки організованого туризму зменшилися на 24%. Найбільше падіння спостерігається з таких країн: Білорусь (на 33% або на 82,1 тис. осіб), Ізраїль (на 30% або на 19,5 тис. осіб), Молдова (на 49% або на 6,3 тис. осіб), Польща (на 45% або на 126,7 тис. осіб), Росія (на 25% або на 158,3 тис. осіб). Поїздки із службовою метою зменшилися на 23%. Найбільше падіння спостерігається з таких країн: Угорщина (на 2% або на 9,3 тис. осіб), Німеччина (на 36% або на 12,5 тис. осіб), Польща (на 39% або на 57,2 тис. осіб), Словаччина (на 51% або на 15,4 тис. осіб), Туреччина (на 32% або на 9,4 тис. осіб).

Падіння в'їзного турпотоку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок зменшення кількості мандрівних з країн: Польща (на 52% або на 2,2 млн. осіб), Словаччина (на 20% або на 111,5 тис. осіб), Угорщина (на 30% або на 250,1 тис. осіб), Німеччина (на 6% або на 12 тис. осіб), Румунія (на 27% або на 301,2 тис. осіб). Падіння в'їзного турпотоку з країн СНД відбулося в основному за рахунок зменшення кількості мандрівних з країн: Азербайджан (на 15% або на 9,3 тис. осіб), Білорусь (на 9% або на 244 тис. осіб), Грузія (на 26% або на 10,1 тис. осіб), Казахстан (на 13% або на 5 тис. осіб), Росія (на 9% або на 533,4 тис. осіб) [7].

Сьогодні третю частину туристичних послуг від загального об'єму їх надання в цілому по Україні надає Крим. Цей півострів відрізняється наявністю багатьох природних, соціально-економічних, культурно-історичних ресурсів. Найбільшу цінність для рекреації мають ландшафтно-кліматичні, культурно-історичні, археологічні, пляжні, грязелікувальні, спелеологічні ресурси; лікувально-мінеральні води, велика кількість фруктів, винограду, десертних вин. В даний час туристсько-рекреаційний потенціал Кримського півострова можна оцінити таким чином:

1) історико-культурні ресурси (на території Криму понад 11,5 тисяч пам'яток історії, культури і архітектури, що відносяться до різних історичних епох, цивілізацій, етносів і релігій. Найбільш унікальні з них, наприклад, комплекс печерних міст і монастирів, генуезькі фортеці, свята місця різних конфесій та ін.);

2) ландшафтні ресурси (5 державних заповідників, 33 заповідники, з них 16 загальнодержавного значення, 87 пам'яток природи, 13 з них загальнодержавного значення, 10 заповідних урочищ);

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

- 3) лікувальні-мінеральні ресурси (8 родовищ мінеральних вод, 15 родовищ лікувальних грязей);
- 4) територіальні ресурси (велика кількість суб'єктів підприємництва, що здійснюють туристську діяльність).

Нааявність туристських ресурсів, особливості вже наявної інфраструктури дають можливість розвивати в Криму нетрадиційні форми туризму: спелеологічний, скелелазіння, кінний, велосипедний, дельтапланеризм, гірничо-пішохідний, винні і мисливські тури, вертолітні екскурсії, прогулянки на яхтах, підводні занурення з аквалангом, науковий і автотуризм. Перспективним напрямом в розвитку туристської індустрії Криму є зелений (сільський) туризм. Цей вид туризму є одним з видів малого бізнесу, піднімає роль краєзнавства, усереднює елементи активної діяльності і відпочинку, створює життєве середовище, наближене до природи. Для цього в Криму є всі умови: поєднання живописних гір і рівнин, лісів, степів, моря, озер, унікальна флора і фауна, широка мережа природних, історичних і етнографічних пам'яток.

За перше півріччя 2010 року до Криму навідалися 1 млн 420 тис. туристів, що на 18,2% більше в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. За даними Міністерства АР Крим, турпотік на півострів стабільно збільшується від 15% до 20%. Але при цьому на 1,2% зменшилась кількість організованих відпочиваючих, зокрема цей показник зменшився у таких містах, як Ялта, Євпаторія, Феодосія, Судак.

Потік зарубіжних туристів значно збільшився після відмін візи з ЄС, США, Канади і інших країн. Кількість відвідувачів збільшилася з 9,9 млн. відвідувачів в 2005 році до 11,7 млн. в 2008 році. Що стосується внутрішнього туризму, об'єм туристичних потоків стабільно збільшувався з 2000 по 2003 рр., пік внутрішнього туризму мав місце в 2007 році - 2,15 млн. туристів. З початком кризи цей показник значно зменшився - до 1,38 млн. туристів.

Низька обізнаність про Україну як про туристичну країну у поєднанні з недостатньо розвиненою інфраструктурою є основними перешкодами в становленні України як країни провідного туристичного напрямку. Останні декілька років, українські туристи віддають перевагу таким міжнародним напрямкам, як Туреччина або Єгипет, які пропонують краще співвідношення ціни і якості. Але економічна криза і зниження рівня доходів населення роблять внутрішній туризм все більш привабливим.

У Україні розвиток туризму здійснюється дуже повільно. Існуюча нормативно-правова база, що регламентує туристичну діяльність, не є закінченою і досконалою. Основними причинами гальмування розвитку туризму є: відсутність цілісної системи державного регулювання туризму в регіонах; підпорядкування установ розміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих і рекреаційних установ різним міністерствам і відомствам, а також іншим органам виконавчої влади; нечітке визначення в законодавстві належності підприємств готельного господарства до підприємств, які надають туристичні послуги; повільні темпи зростання об'ємів інвестицій в розвиток матеріальної бази туризму; невідповідність переважної більшості туристичних установ, які поступово приходять в занепад, міжнародним стандартам і вимагають значних інвестицій; недостатнє забезпечення туристичної галузі висококваліфікованими фахівцями; недостатність державної підтримки і комплексного підходу до рекламування національного турпродукту на внутрішньому і міжнародному ринку туристичних послуг; недостатність методичної, організаційної, інформаційної і матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; тенденція скорочення кількості підприємств готельного господарства; високі податки; незадовільне полягання туристичної, сервісної і інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг і міжнародних транспортних коридорів [8].

Для вирішення виділених проблем необхідна програма реформування туристичної індустрії і переходу її до стійкого розвитку, в яку повинні входити наступні елементи:

- вдосконалення існуючої законодавчої бази і створення ефективних механізмів її реалізації;
- підготовка кваліфікованих і відповідальних фахівців;
- розвиток і впровадження фінансово-економічних механізмів забезпечення стійкого розвитку туризму як пріоритетного напрямку;

Розвиток національного туризму неможливий на основі тільки ринкових механізмів, оскільки туризм не тільки економічне явище, але і глибоко соціальне, духовне і культурологічне. Тому потрібна державна політика розвитку туризму в Україні. Важливою є необхідність створення механізмів сприяння будівництву нових і реконструкції існуючих об'єктів туристичної і курортної інфраструктури. Необхідне формування системи центрів туристичної інформації - елементу туристичної індустрії, створення туристичних представництв за кордоном.

Основні моменти, необхідні для формування сучасної стратегії просування туристського продукту на внутрішньому і міжнародному ринках:

- широкомасштабне проведення рекламно-інформаційної кампанії в засобах масової інформації в Україні і за кордоном;
- розвиток виставково-ярмаркової діяльності у сфері туризму;
- організація презентацій туристських можливостей України в країнах, що направляють туристів до України;
- організація мережі інформаційних центрів для іноземних і російських туристів в місцях проходження найбільших туристських потоків;
- формування сучасної статистики туризму.

Таким чином, стратегічною метою розвитку туризму в Україні полягає в створенні продукту, конкурентоздатного на світовому ринку, який може максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток території і їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги і історико-культурної спадщини. Це стосується, перш за все, такої привабливої туристично-рекреаційної зони, як Автономна Республіка Крим.

### СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Мацола В. Рекреаційно-оздоровчо-туристичний комплекс (питання, теорії, методології, практики): монографія / В. Мацола. - Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1998. - 278 с.
2. Алейникова Г. Организация и управление турбизнесом: Учебное пособие / Г.Алейникова. - Донецк: ДИТБ, 2002. - 184 с.
3. Юрьев А. Планирование туризма: Учебное пособие / А.Юрьев. - Донецк: ДИТБ, 2001. - 195 с.
4. Чудновский А. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие / А.Чудновский. - М.: Тандем, 2000. - 400 с.
5. Світовий ринок товарів та послуг : підручник / А.А.Мазаракі, Є.М.Воронова, І.В.Чаус та ін. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. — 317с.
6. Офіційний сайт ЮНВТО [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>
7. Аналіз динаміки та головні тенденції розвитку туризму у 2009 році [Електронний ресурс]: Матеріали офіційного сайту Державної служби туризму і курортів України - Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
8. Новицький В. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів / В.Новицький // Економіка України. - 2005. - №6. - С.19-22.

### РЕЗЮМЕ

Стаття присвячена регіональним проблемам туристичного бізнесу як фактору соціально-економічного розвитку України. Обґрунтовано необхідність методологічної та структурної перебудови сфери туризму з урахуванням рекомендацій головних туристичних організацій світу.

Ключові слова: туристичний бізнес, соціально-економічне зростання, туристичні організації

### РЕЗЮМЕ

Статья посвящена региональным проблемам туристического бизнеса как фактора социально-экономического развития Украины. Обоснована необходимость методологической и структурной перестройки сферы туризма с учетом рекомендаций ведущих мировых туристических организаций.

Ключевые слова: туристический бизнес, социально-экономическое развитие, туристические организации

### SUMMARY

This article is devoted to regional problems of a tourist business as the factor of the social and economic development of Ukraine. The necessity of

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

methodological and structural reform in the sphere of tourism, which takes into consideration the recommendations of leading tourist organizations of the world is given the ground.

Keywords: tourism, socio-economic development, tourism organizations

### EFFECTS OF INWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENTS ON LOCAL MANUFACTURING FIRMS AND SERVICE SECTORS

**Natsvlshvili I.**, Associate Professors, PHD, Faculty of Economics and Business Ivane Javakhishvili. Tbilisi State University Tbilisi, Georgia

Valuable conclusion about the impact of inward FDI also can be drawn from the research conducted about the entrepreneurship in transition economies. Results of several researches about entrepreneurship show that foreign presence generates significant positive spillovers on the entry of domestic firms (positive effect on entrepreneurship and domestic firm formation). The existence of entry spillovers varies greatly with the type of industry. The service industries benefit from huge FDI spillover effects through both horizontal and vertical channels; manufacturing industries do not experience any significant positive spillovers from FDI, suggesting a higher entry barrier effect in manufacturing. Thus, tourism sector in Georgia as one of the services sector industries can benefit from FDI spillover effects through both horizontal and vertical channels. Scholars from a variety of disciplines have examined the motivations to engage in FDI. Studies document the antecedents to foreign expansion. The earliest research demonstrated that firms expand from a position of domestic strength, transferring advantages developed in their domestic market. Most recently scholars have suggested that firms may expand abroad in an effort to access knowledge embedded in the host country market. Research has also addressed the performance consequences of such expansion. Scholars have examined how the knowledge composition of firms impacts the effectiveness of internationalization, how foreign expansion affects the profitability of firms, whether (and how) subsidiaries benefit from the transfer of knowledge from the parent, how multinationals acquire knowledge that resides in host countries, and how multinationality impacts innovative productivity.

Despite the extensive theoretical and empirical study of FDI, surprisingly, research in international strategy has centered almost exclusively on the antecedents and consequences of FDI for the firms making the investments. Relatively little research (with a few notable exceptions) has been directed at the impact of FDI on firms in the country receiving those investments. It generally addresses the impact of inward FDI on the productivity of local firms. Previous researchers discuss relatively little about how inward FDI affects innovativeness, a measure of learning that is vital to understanding the growth of economies. Because FDI is often viewed as a catalyst for economic development, and because countries increasingly compete to attract FDI, it is important for managers and policymakers to understand the impact of inward FDI not just on productivity, but also on innovation. Quite few recent studies have been done to examine the impact of inward FDI on the innovativeness of domestic firms (Robert Solomon, Byungchae Jin, Francisco Garcia Perez, 2010). Recent research by Robert Solomon, Byungchae Jin, Francisco Garcia Perez highlights the deleterious consequences to host country firms resulting from increased competition. It finds that FDI inflows at both the industry- and firm- levels negatively influence innovation of local firms. They use primary data from a yearly survey conducted by the Fundación SEPI (—Sociedad Estatal de Participaciones Industriales— or National Bureau of Industrial Activity) with the support of the Spanish Ministry of Industry. The first survey was conducted in 1990, and they were able to gain access to data gathered through 2002. The initial survey year (1990) included information on 2,188 firms from 20 industries. When a firm drops from the sample in any given year, the Fundación replaces it with another of similar size from the same industry. This led to an initial sample consisting of an unbalanced panel of 3,462 firms from 1990-2002. Conclusions of the paper are based also on data with industry-level data on inward FDI flows from the OECD Foreign Direct Investment Statistics (FDIS) database. The FDIS publishes yearly FDI inflows by industry for the 30 OECD member countries.

According to the results of recent research by Robert Solomon, Byungchae Jin, Francisco Garcia Perez, persistence in patent behavior exist. Firms that applied for patents in the prior year are more likely to apply for patents in the current year. And these effects diminish with increasing lags. Consistent with prior studies, firm size is positive and significantly associated with patent applications. Larger firms are more likely to file for patents. Similarly, the effect of advertising intensity is positive and significant. However, recent research failed to find a positive and significant effect of R&D intensity on patent applications. It also failed to find a significant effect of FDI into industry on subsequent firm patent productivity. However, it does find a negative and significant effect of FDI into firm, suggesting that foreign ownership has deleterious consequences for the patent productivity of foreign-owned Spanish firms. This suggests that foreign entrants into Spain concentrate their innovative efforts in, and shift innovative activity to, the home country of the parent firm. The Spanish affiliates become implementers that execute strategies developed in the home country. Robert Solomon, Byungchae Jin, Francisco Garcia Perez in the article “Does Inward Foreign Direct Investment Increase the Innovative Productivity of Local Firms?” consider the same specifications using product innovations as an alternative to patent innovations. They do not find a statistically significant relationship between FDI into firm and production innovation. But they do find a negative and significant effect of the two- and three- year lags of FDI into firm on production innovation. The magnitude of the effect becomes larger as the lags increase. This result indicates that industry-level FDI inflows negatively impact the innovations of Spanish firms, especially the purely domestic firms. Taken together, the results indicate that industry- and firm- level inward FDI inflows decrease the *ex post* innovative productivity of local firms. Foreign investment into Spain crowds out domestic innovation.

There has been a great deal of other research examining whether foreign affiliates exhibit higher levels of productivity in general than local firms (Aitken and Harrison, 1999). Empirical research supports the view that firms with foreign equity participation outperform firms that are entirely locally-owned (Blomstrom and Kokko, 1998). Impact from FDI on the performance of host country industry is that the presence of TNCs generates spillovers to other firms (Caves, 1974). These are known as productivity or technological spillovers (Kokko, 1996; Aitken and Harrison, 1999). Studies in this vein investigate the extent to which the presence of technologically-advanced foreign affiliates stimulates growth in the performance of local firms. To date, most studies find that spillovers benefit the productivity of local firms. However, little attention has been given to the investigation of the conditions under which non-existent or indeed negative.

Recent study by Buckley, Peter J.; Clegg, Jeremy; Wang, Chengqi described in the article “Inward FDI and Host Country Productivity: Evidence from China's Electronics Industry” published in 2006 pursue the idea that the overall productivity effects of FDI may neither be as uniform, nor as high, as many studies suggest. In examining the productivity impacts of foreign ownership in China's electronics industry. Research addressed two questions. First, do the productivity spillover effects tend to diminish over time, following the establishment of foreign affiliates? Second, does FDI affect all market segments within an industry, or only certain segments? The results of the research is based on existing studies that use China's data for a number of industries taken as a whole. It examines the impact of inward FDI on overall productivity, that is the combined productivity of local and foreign-owned firms, whilst explicitly controlling for industry specific effects. The previous literature typically focuses on either the impact of FDI on GDP growth or on domestic firms alone. Recent study by Buckley, Peter J.; Clegg, Jeremy; Wang, Chengqi focuses on a single sub-sector to investigate whether more robust findings can be discerned, and whether spillovers decline over time. Data for China's electronics industry for 41 sub-sectors for the years 1996, 1998, 2000 and 2001 are employed. The key finding is evidence that spillover benefits to China's domestic industry decline over the period. This suggests that host productivity gains via learning from FDI have a life cycle. However, there findings suggest that joint ventures with foreign affiliates may be an effective long term route to embed local firms in the learning network of transnational corporations. This study also