

## **ШЛЯХИ І ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ ТА БОЛГАРІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Наукові праці МАУП, 2009, вип. 3(22), с. 68–76

*Розглядаються механізми входження України й Болгарії на світовий ринок і можливості взаємодії двох країн на цьому шляху.*

За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Болгарія та Україна мають всі можливості стати туристичними державами світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного турпродукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності.

В умовах глобалізації світового господарства, лібералізації міжнародних економічних відносин процеси регіональної інтеграції стають важливою ланкою на шляху повної інтеграції регіональних економік до глобальної системи. Інтеграція країни до системи світового господарства відбувається шляхом входження кожного окремого ринку товарів і послуг країни до глобального світового ринку.

Механізм залучення Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг має враховувати сучасні тенденції, пов'язані з інтернаціоналізацією, транснаціоналізацією та інтеграцією, що відбувається на регіональному та глобальному рівнях.

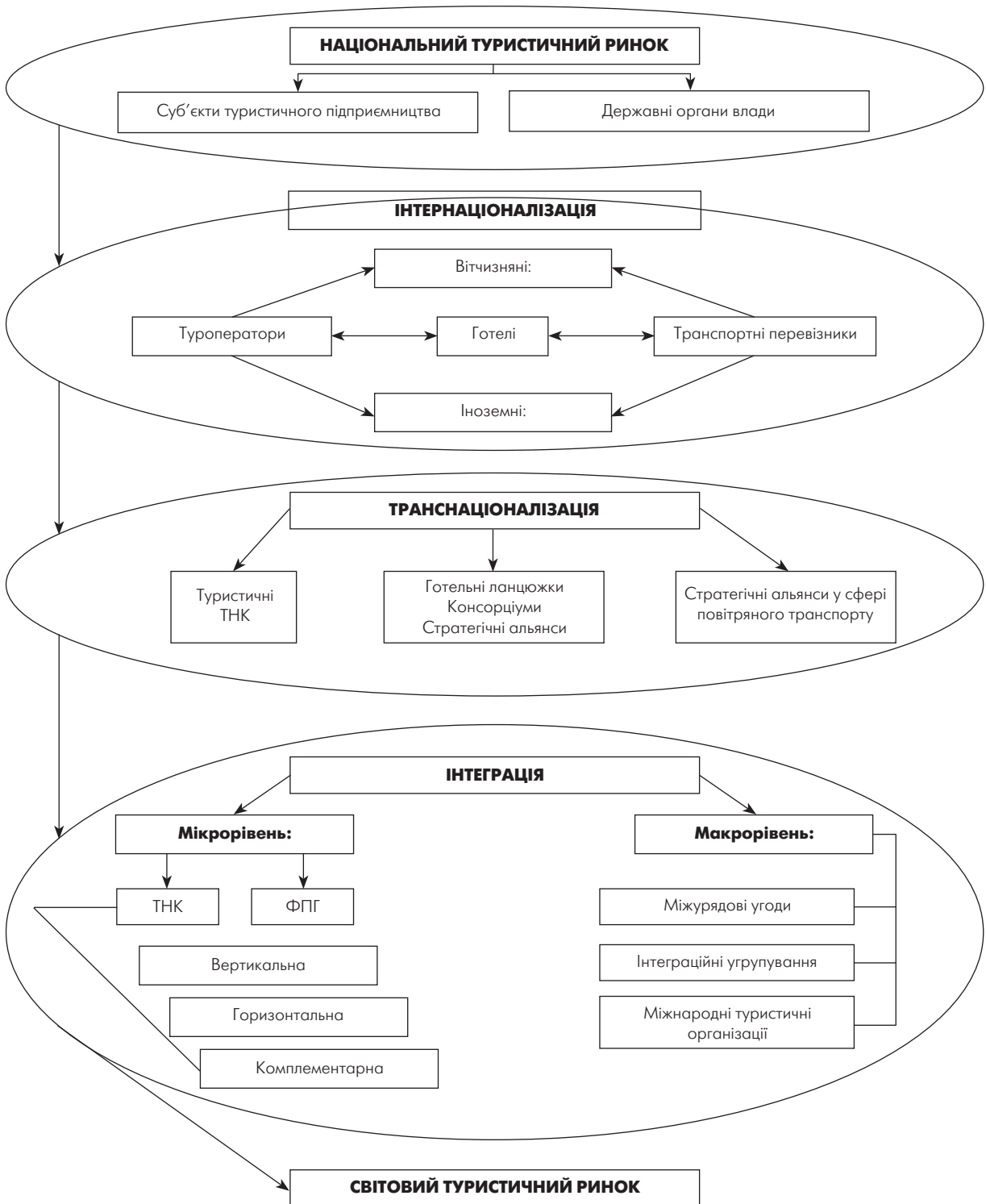
Процес включення до світового ринку туристичних послуг повинен одночасно відбуватися на двох рівнях: на рівні держави і на рівні конкретних господарюючих суб'єктів. Лише за умови успішних паралельних дій суб'єктів мікро- та макrorівня можливе входження України до світового туристичного ринку з конкурентоспроможним національним турпродуктом. Розглянемо більш детально механізм інтеграції, що має відбуватися на мікро-та макrorівнях (рисунок).

На мікрорівні передусім слід виокремити суб'єктів національного туристичного ринку, які є найбільш конкурентоспроможними і здатними

просувати національний турпродукт на світовий ринок. Якщо розглядати туристичну індустрію Болгарії та України в цілому, то такими суб'єктами є великі туроператори, готельні підприємства, що надають якісний продукт, і транспортні підприємства, передусім авіаперевізники.

При формуванні національного турпродукту та його реалізації іноземним туристам наведені вище суб'єкти взаємодіють з іноземними партнерами шляхом підписання двосторонніх агентських угод та інших документів про співпрацю. Те саме відбувається при організації виїзного туризму з Болгарії та України. При виборі зарубіжних партнерів національні компанії повинні керуватися надійністю партнера, його іміджем і торговельною маркою на світовому ринку. За умов успішного вирішення проблем туристичні компанії зможуть запропонувати світовому ринку конкурентоспроможний продукт, що буде користуватися попитом у зарубіжних відвідувачів. Таким чином буде досягнуто позитивний ефект від участі країни у процесі інтернаціоналізації туристичного ринку.

Основною передумовою інтеграції Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг є наявність високорозвинутої туристичної інфраструктури. Основну увагу тут слід звернути на необхідність модернізації існуючої виробничо-технічної бази. У Польщі після приватизації готелів і проведення ринкових реформ кількість готельних номерів збільшилась приблизно на 50 % унаслідок появи нових підприємств, особливо у складі мереж. Розширення останніх підвищує продуктивність праці завдяки покращанню структури галузі та зміцненню конкурентних позицій на ринку. В таких умовах готелі, які не вхо-



**Напрями оптимізації участі Болгарії та України на світовому ринку туристичних послуг**

дять в ту чи іншу мережу, будуть докладати більше зусиль для підвищення ефективності праці. З огляду на польський досвід можна припустити, що продуктивність праці в українському секторі

готельних послуг упродовж десяти років могла б сягнути 60–65 %. Передусім потрібно змінити структуру галузі за рахунок розвитку висококатегорійних готелів у складі мережі і малих готелів

сімейного типу. Зростання продуктивності праці стало б результатом завантаження готелів до 55–60 % і вдосконалення організації праці. Поліпшення показників за цими двома позиціями дасть можливість підвищити продуктивність праці з 16 до 50 % середнього рівня провідних готелів світу [2]. Але реалізація наведених розрахунків потребує конкретних дій на загальнодержавному рівні.

Чинне законодавство Болгарії нечітко визначає готельне господарство, його належність до сфери турпослуг та відомче підпорядкування. Тому для розвитку готельного господарства Болгарії, підвищення попиту на ринку споживання готельних послуг, створення і входження на ринок малих готельних підприємств доцільною є розробка проекту Закону “Про готельне господарство”. Положення Закону мають визначати правові, економічні та організаційні засади створення і подальшого розвитку конкурентних відносин на цьому ринку.

Наступний етап інтеграції – процес транснаціоналізації – відповідно до процесу інтернаціоналізації також буде відбуватися в рамках функціонування підприємств готельного господарства, транспортних перевізників і на туроператорському ринку. Транснаціоналізація може відбуватися на двох рівнях. За умов сприятливого економічного та політичного клімату в країні, лояльності до іноземних суб’єктів господарювання – шляхом відкриття в Болгарії та Україні представництв відомих світових ТНК. Це призведе до значної конкуренції на відповідних ринках, підвищення якості послуг, розширення їх асортименту та зниження цін на послуги. Водночас національні підприємства можуть не витримати конкуренції з боку сильних зарубіжних компаній, що призведе, з одного боку, до закриття малих, неефективно функціонуючих компаній, а з іншого – до хвилі злиттів серед найбільших операторів туристичної індустрії та поглинання іноземними компаніями перспективних національних операторів. Цей рівень вже сьогодні реалізується у сфері авіатранспортних перевезень, коли на національному рівні присутні представництва таких відомих компаній, як KLM, Air Via Bulgarian Airways, Bulgaria Air, Lufthansa, Аерофлот та ін., які входять до складу світових стратегічних альянсів. Слід відзначити, що український авіаперевізник “Аеросвіт” є достатньо конкурентоспроможним на світовому ринку, тому негативних наслідків процесу інтернаціоналізації він на собі не відчуває. Однак, на жаль, національні авіаперевізники не входять

до складу жодного стратегічного альянсу, а тому не можуть користуватися перевагами від участі в них. У цілому даний рівень транснаціоналізації є найбільш вірогідним при виході України до світового ринку туристичних послуг.

На другому рівні за умов функціонування сильних національних корпорацій можливе формування ТНК, для яких країною базування може стати Болгарія. Цей рівень є більш бажаним для Болгарії, але з огляду на те, що в державі взагалі немає жодної ТНК з країною базування Болгарія, формування такої компанії на туристичному ринку майже неможливе. Така корпорація може сформуватися лише за умов значної державної підтримки, великих обсягів інвестиційних коштів та конкурентоспроможного національного турпродукту.

Виходячи зі світового досвіду транснаціоналізація на туристичному ринку виявляється у таких організаційних формах, як туристичні ТНК, яких у світі небагато, оскільки туризмом паралельно займаються корпорації інших галузей; готельні ланцюжки, консорціуми, а також стратегічні альянси у сфері готельного господарства та у сфері авіатранспортних перевезень. Для болгарських компаній участь у стратегічних альянсах є достатньо перспективною, оскільки до їх складу входять компанії з метою узгодження і координації зусиль у вирішенні таких завдань, як проведення маркетингових досліджень, розроблення, виробництво і збут послуг, підготовка персоналу. Водночас своєрідність цих зв’язків полягає передусім в тому, що вони безпосередньо не зачіпають відносини власності, оскільки компанії, що співпрацюють, зберігають свою автономію, а також нішу у сферах національного, регіонального і локального ринків.

Наступний етап є завершальним при виході Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг – це етап безпосередньої інтеграції мікро- та макrorівня. На мікрорівні у сфері міжнародного туризму, як і в інших галузях, існують різні засоби інтеграції – від поглинання конкурента до купівлі його контрольного пакета акцій. Широко практикуються перехресне володіння акціями різних компаній, об’єднання зусиль у галузі менеджменту, укладання договорів про консорціум. Вони роблять інтеграцію більш гнучкою і тому отримують домінуюче положення в туристичній індустрії. З цим пов’язана ще одна особливість інтеграції в туризмі. Туристична компанія має більше економічних переваг за рахунок економії від масштабів виробництва, якщо вона

розширюється не шляхом нарощування виробництва на своєму єдиному підприємстві, а створює ланцюжок господарських одиниць. Такий підхід одночасно відповідає потребам клієнтів. По-перше, ці ланцюжки “стягують” просторово розділені райони, які генерують туристські потоки, і напрямки, які приймають їх. По-друге, краще виробляти турпродукт частково, що відповідає комплексному його сприйняттю споживачами, ніж концентрувати зусилля на наданні одного виду туристичних послуг. Цей підхід доцільно було б використовувати як у болгарській, так і в українській практиці.

У рамках компаній трьох основних сфер туристичної індустрії, що були сформовані на попередньому етапі, між ними може відбутися вертикальна, горизонтальна та комплементарна інтеграція. На ранньому етапі інтеграції болгарським та українським компаніям доцільно дотримуватися традиційної горизонтальної інтеграції (найбільш рання форма інтеграції в туризмі), оскільки в умовах нестачі браку капіталу, виробничих потужностей та маркетингових ресурсів для подальшої самостійної діяльності туристичні підприємства, що знаходяться на одному ступені технологічного процесу, об’єднуються для того, щоб отримати економію на масштабах виробництва, нарощувати обсяг поставок або збуту, обмежити або ліквідувати конкуренцію. На відміну від цього у сфері авіатранспортних перевезень горизонтальна інтеграція може відбуватися з метою утримання клієнтів на гостро конкурентних ринках повітряних перевезень. Вона може прийняти такі форми, як партнерство, обмін ідентифікаційними кодами між авіакомпаніями та спільна рекламна діяльність.

Горизонтальна інтеграція у сфері повітряного транспорту Болгарії та України дасть можливість:

- ефективніше використовувати парки повітряних машин, здебільше шляхом зниження простоїв транспортних засобів через спільну їх експлуатацію;
- значно збільшити кількість комбінацій маршрутів;
- забезпечити доступ до нових каналів збуту, зокрема розширити можливості використання глобальних комп’ютерних систем бронювання.

Це переважно можна віднести і до готельного господарства, і до інших секторів туризму, де ефективність розуміється як встановлення контролю над споживчим попитом з метою приведен-

ня його у відповідність до фіксованої пропозиції. Готельні ланцюжки отримують економічний ефект завдяки централізованому управлінню і спільним маркетинговим зусиллям, включаючи створення спільних збутових служб.

Вертикальна інтеграція в Болгарії може дати свої позитивні ефекти у сфері великих туроператорів та авіаперевізників, які відкривають власні агентські представництва. В результаті будуть створені вертикальні маркетингові системи. Туроператори матимуть змогу проникнути в суміжні галузі, передусім у сферу авіатранспорту, в “прямому” (до ринку споживачів — купівля туроператора або турагентства) або “зворотному” — до джерел сировини (купівля постачальника продуктів харчування для авіапасажирів) напрямках. Саме вертикальна інтеграція є найбільш характерною для сучасного етапу розвитку світової туристичної індустрії, але оскільки вона вимагає більш значних коштів, високого рівня підготовки керівників компаній та досвіду роботи на суміжних ринках, вона є можливою на більш пізньому етапі участі Болгарії на світовому ринку туристичних послуг.

Більш високою формою інтеграції в туризмі є комплементарна інтеграція, яка передбачає одночасно горизонтальні та вертикальні злиття і поглинання. Це є найвища організаційна форма функціонування суб’єктів туристичної індустрії, коли готельні компанії проникають в сектор громадського харчування, національні туроператори купують готельні підприємства, щоб гарантувати розміщення своїм клієнтам, використовуючи цей факт як вагомий аргумент на користь пакетів послуг, що пропонуються ними, а туристичні групи розширюються шляхом об’єднання з автотранспортними підприємствами з метою підвищення надійності наземних трансфертів і виконання екскурсійних програм. При цьому ефективним є створення при таких компаніях об’єктів розваг для залучення споживачів туристичних послуг. Діяльність таких компаній може призвести до монополізації туристичного ринку, що матиме негативні наслідки для національних та іноземних туристів.

Процеси інтеграції в Болгарії та Україні можуть також супроводжуватися створенням та функціонуванням фінансово-промислових груп туристичного характеру, які через залучення банківського капіталу, компаній, що займаються просуванням турпродукту, можуть мати значний успіх на світовому ринку. Вітчизняна практика свідчить, що фінансово-промислові групи, що

функціонують сьогодні, наприклад, в Україні, створені переважно за участю російського капіталу. З огляду на те, що Росія залишається основним інвестором у туристичну галузь України, можна вважати доцільним та найбільш вірогідним формування туристичних фінансово-промислових груп саме за участю російських компаній. З іншого боку, аналіз інвестиційного ринку України свідчить, що одним з основних інвесторів в економіку України є Кіпрська Республіка, яка є одним із світових лідерів у сфері міжнародного туризму. Тому доцільним, на нашу думку, є залучення інвесторів в туристичну галузь України саме з цієї країни, оскільки разом з інвестиціями Україна може отримати новітні технології ведення міжнародного туристичного бізнесу та досвід управління і регулювання туристичною галуззю на всіх рівнях.

Поряд з інтеграцією на мікрорівні вихід Болгарії до світового ринку туристичних послуг повинен відбуватися за активної участі державних органів влади, тобто на макрорівні. Інтеграція на макрорівні повинна відбуватися шляхом підписання двосторонніх угод про співробітництво в галузі туризму; розширення участі Болгарії у спеціалізованих комітетах та інших органах, що діють в структурі інтеграційних угруповань, членами яких Україна є і до членства в яких Болгарія прагне; розширення участі Болгарії у міжнародних спеціалізованих туристичних організаціях.

Повинна також активно розвиватися співпраця Болгарії та України у складі численних спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, метою якої є формування в їх межах робочих груп з туризму. Для реалізації положень укладених міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму повинні створюватися міжвідомчі робочі групи з туризму, регулярно проводитися їх засідання з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів активізації туристських обмінів.

Співробітництво у сфері туризму в Болгарії та Україні також відбувається на рівні інтеграційних угруповань. Наведемо основні напрями такого співробітництва:

- розробка спільних концепцій розвитку туризму в регіонах та довготермінових програм розвитку туризму;
- розвиток єдиного інформаційного простору;

- створення централізованих туристичних банків даних, які повинні охоплювати нормативно-правову базу, інформацію про туристські потоки, заклади розміщення туристів, візовий режим для туристських груп, інформацію про діяльність туристичних агентств, транспортну інфраструктуру та приблизну вартість туристичних послуг;
- видання періодичної літератури, що буде популяризувати туристичні напрями країн, що входять до інтеграційного угруповання;
- технічна та технологічна кооперація;
- дослідження ринку;
- стандартизація якості послуг;
- спрощення візових, прикордонних і митних формальностей;
- лібералізація торгівлі туристичними послугами;
- безпека туристів;
- узгодженість законодавчої бази та цінової політики, приведення у відповідність до світових стандартів і сертифікація матеріальної бази та туристичних послуг;
- впровадження навчальних програм і стажувань для спеціалістів туризму;
- оснащення міжнародних транспортних коридорів;
- фінансування міжнародних туристичних проектів;
- створення спільного турпродукту, міжнародних туристичних маршрутів;
- участь єдиним стендом у міжнародних туристичних ярмарках, салонах, біржах, інших рекламно-інформаційних заходах на міжнародному рівні з метою просування спільного туристського продукту.

Невід'ємною складовою інтеграції Болгарії та України до світового ринку туристичних послуг є поглиблення співпраці з іншими міжнародними органами в галузі туризму. Активізується співпраця з Європейським Союзом, Радою Європи, Радою держав Балтійського моря з питань визначення та реалізації світової туристичної політики, включення країн у перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС у сфері туризму, зокрема, в межах програми TACIS та ін.

Пріоритетним напрямом розвитку співробітництва з ЄС є забезпечення реалізації Угоди про партнерство та співробітництво між Європейським Союзом та Україною 1994 р., Стратегії інтеграції України до ЄС.

Членство в ЄС Болгарії відкрило великі можливості використання організаційно-фінансових механізмів цього органу для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі.

Позитивним аспектом є те, що Україна також прагне до вступу до ЄС. Зважаючи на це, через Спеціальне представництво України при ЄС Держтурадміністрацією (нині Державною службою туризму і курортів) подано заявку щодо включення України у перспективні програми співробітництва у сфері туризму, зокрема щодо фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС. Це якісно вплинуло б на розбудову туристичної галузі України, сприяло б соціально-економічному та культурному розвитку України. Відбувається гармонізація законодавства України в галузі туризму з директивами та іншими актами ЄС. З метою адаптації законодавства України в галузі туризму до законодавства Європейського Союзу здійснюються офіційні переклади відповідних нормативно-правових актів. Крім того, розбудовується договірно-правова база двостороннього співробітництва з країнами Євросоюзу. На сьогодні укладено вісім міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму з державами — членами ЄС, зокрема з Грецією (1996 р.), Естонією (1994 р.), Латвією (2000 р.), Польщею (1994 р.), Словаччиною (2001 р.), Угорщиною (2001 р.), Фінляндією (2000 р.), Литвою (2004 р.), Австрією (2004 р.).

Українська сторона також зацікавлена щодо залучення технічної допомоги Україні з боку ЄС на реалізацію спільних проектів у галузі туризму (проведення досліджень стану туристичної інфраструктури транспортних коридорів (шляхової мережі, туристських потоків тощо) в рамках реалізації Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004–2010 рр., з подальшим можливим наданням технічної допомоги/грантів з боку ЄС, вироблення відповідних рекомендацій для залучення інвесторів, підготовка методологічних засад і техніко-економічних обґрунтувань спільних проектів з розбудови туристичної інфраструктури вздовж транспортних коридорів).

З метою створення спільного простору європейського туризму, впровадження інноваційної моделі розвитку Болгарії та України як туристичної держави, з огляду на значний туристичний потенціал Болгарії та України та з метою запобі-

гання негативним наслідкам для туристичного співробітництва, співпраця Болгарії та України з країнами — членами ЄС у галузі туризму має базуватися на наступних аспектах:

1. Проведення системної роботи щодо адаптації туристичного законодавства Болгарії та України до відповідних директив і стандартів Євросоюзу, що передбачало б насамперед покращання діяльності щодо захисту прав українських та іноземних споживачів туристичних послуг, наближення до світових стандартів туристичного обслуговування.
2. Лібералізація прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та країнами — членами ЄС, що є для України генеруючими туристичними ринками.
3. Сприяння з боку відповідних структур ЄС та країн — членів ЄС Держслужбі з туризму і курортів з питань приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, гармонізації системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної та курортної сфери, що надають послуги розміщення та харчування в Болгарії, з нормами ЄС.
4. З метою розширення туристичного співробітництва з країнами — членами ЄС, диверсифікації туристичної пропозиції, підвищення конкурентоспроможності українського турпродукту необхідне сприяння з боку Євросоюзу щодо залучення інвестицій до розбудови туристичної та курортної інфраструктури українського туризму, в тому числі транскордонної, а також створення корпоративних турпродуктів (особливо міжнародних маршрутів по транскордонних територіях) та їх ефективного маркетингу на європейському та світовому ринках.
5. Надання фінансової та технічної допомоги з боку ЄС, зокрема, в рамках Індикативної програми TACIS-Україна, TACIS-Болгарія, туристичній та курортній галузі Болгарії та України щодо реалізації пріоритетних проектів розвитку туризму в Болгарії та Україні, у тому числі на регіональному рівні, у галузі сільського зеленого туризму, малого та середнього туристичного бізнесу, транскордонного співробітництва, розбудови інфраструктури туризму впродовж транспортних коридорів, а також інформацій-

но-рекламного забезпечення туристичної діяльності, прикладних досліджень туристичної сфери, популяризації позитивного туристичного іміджу Болгарії та України у світі.

6. Сприяння з боку ЄС створенню системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів України (через проходження відповідного навчання і стажування у спеціалізованих навчальних закладах країн — членів ЄС).
7. Вдосконалення системи забезпечення фінансування євроінтеграційної діяльності у галузі туризму, передбачивши прийняття бюджетної програми “Забезпечення міжнародної діяльності Державної служби з туризму та курортів”.
8. З метою забезпечення міжвідомчої координації євроінтеграційної діяльності, узгодження її бюджетного фінансування, а також оптимізації механізмів використання міжнародної технічної допомоги створення міжвідомчої Робочої групи з євроінтеграції, передбачивши функціонування підгруп за тематичними напрямками, зокрема туризму.

Безумовною складовою міжнародних зв'язків є розвиток інституційного співробітництва. Через безпосередню участь у діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів практично повинні реалізовуватися договірні відносини, має активізуватися входження України у світовий туристичний простір.

Болгарія та Україна співпрацюють в рамках членства у Всесвітній туристській організації (ВТО). Основними напрямками багатостороннього співробітництва країн — членів Всесвітньої туристської організації є глобальна координація туристичної діяльності, вироблення світової туристичної політики, узгодження статистичної методології [1].

Членство України у Всесвітній туристській організації створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку із залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинених туристичних держав світу, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці з країнами-членами на всіх рівнях — дво-, багатосторонньому та регіональному.

Перспективним напрямком розвитку міжнародного туристичного співробітництва є активне створення в Болгарії недержавних громадських туристичних організацій — асоціацій з різних напрямків туристичної діяльності (турагентства, туроператори, виставкові організації, підприємства готельного господарства, туристичні видання, навчальні заклади та ін.), їх входження у світові об'єднання, міжнародні організації та асоціації різного спрямування. Результатом має стати запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг, розвиток рекламної діяльності та бізнесових партнерських стосунків.

Для інтеграції регіонів Болгарії у світовий ринок туристичних послуг потрібні цілеспрямовані комплексні дії, що потребують значних коштів. Але деякі заходи слід вживати саме зараз:

- підготовка та розповсюдження базового пакета туристичного ринку регіонів України;
- проведення рекламних кампаній у вітчизняній та зарубіжній пресі, на радіо і телебаченні з метою позиціонування туристичних можливостей регіонів Болгарії;
- активна участь туристичних підприємств регіонів країни у міжнародних туристичних виставках і ярмарках;
- створення й підтримка у межах глобальної світової інформаційної мережі WEB-сайту з постійно поновлюваною інформацією щодо туристичних пропозицій регіонів Болгарії.

З метою забезпечення інтеграції України до світового туристичного ринку, покращання просування національного турпродукту на світовому ринку, проведення широкомасштабної та комплексної реклами туристичного потенціалу, залучення туристів до країни, підвищення іміджу та авторитету України в туристичному світі, її інтеграції в європейське співтовариство, розвитку національної економіки, ефективного використання туристичних ресурсів, створення інфраструктури, включення у світовий інформаційний простір можна виокремити наступні заходи із розширення міжнародного туристичного співробітництва. Передусім потребує вдосконалення договірної та правова база зовнішніх відносин. При укладанні угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму перевага повинна надаватися встановленню договірних відносин з країнами, які є перспективними туристичними ринками для України, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, організаційних засад функціонування високорентабельної туристичної індустрії

країн розвиненого туризму, прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі. Окрім укладання та реалізації договорів щодо безвізових пересувань туристів, збільшенню обсягів туристських обмінів сприяло б запровадження гнучкої візової політики, спрощення консульських формальностей щодо надання в'їзних віз в Україну, зниження вартості віз для країн, що є головними генеруючими туристичними ринками. Важливим кроком для збільшення туристських потоків у державах колишнього СРСР може стати запровадження єдиної туристичної візи для в'їзду до країн СНД, що сприяло б відродженню спільного турпродукту — так званих туристичних “трикутників” і наскрізних маршрутів по цих країнах, що користувалися б попитом і відповідали б міжнародним стандартам. Успіх таких продуктів полягає в їх “безшовності”, тобто у відсутності обмежувальних розділювальних формальностей (візових, прикордонних, митних та ін.); це стосується, наприклад, такого популярного турпродукту, як “трикутник” Москва — Київ — Санкт-Петербург.

Болгарському та українському уряду слід також активізувати співробітництво у складі спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створена правова база про співробітництво, формування в їх складі робочих груп з туризму з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів збільшення обсягів туристських обмінів.

Через інформаційну насиченість туристичних послуг значну увагу слід приділити розвитку інформаційно-рекламній та виставковій діяльності, організації міжнародних і регіональних туристичних салонів, ярмарків, бірж в Болгарії та Україні, зокрема в основних туристичних центрах: Міжнародного туристичного салону “Україна” в Києві, Міжнародної туристичної ярмарки “Крим. Курорти. Туризм” в Ялті, Міжнародної туристичної ярмарки-виставки “Чорноморська Одисея. Туризм. Відпочинок. Здоров'я” в Одесі, Міжнародного туристичного салону в Харкові, Міжнародної туристичної виставки “ТурЕкспо” у Львові. При цьому державна політика в галузі туризму повинна містити заходи забезпечення планомірної та систематичної участі українських туристичних підприємств у зарубіжних міжнародних виставках “ІТВ” в Берліні, “WTM” в Лондоні, “Fitur” в Мадриді, “MITT” в Москві, “EXPO” в Ганновері.

Слід підкреслити, що розвиток туристичної галузі Болгарії не є лише загальнодержавною справою. Місцеві та регіональні органи влади мають виявляти більше ініціативи у сфері ефективного використання туристичного потенціалу, забезпечити саморозвиток туристичної галузі, усвідомлюючи важливість розширення міжнародних зв'язків, розбудови міжнародної договірної бази. Зарубіжний досвід свідчить про неухильну децентралізацію, підвищення ролі місцевих органів влади у розвитку туристичних регіонів багатьох країн, а також про перспективність транскордонного співробітництва у галузі туризму. Перспективність транскордонного туристичного співробітництва пояснюється тим фактом, що прикордонні території здебільшого мають значну кількість туристично-рекреаційних ресурсів і культурно-історичних пам'яток, пов'язаних із спільним історичним минулим. Реалізація транскордонних проектів у сфері туризму та рекреації на західному кордоні дає можливість залучити кошти зі структурних фондів Європейського Союзу [1].

Стратегічною метою розвитку туристичного співробітництва Болгарії та України в рамках зазначених міжнародних регіональних органів є забезпечення національних інтересів у глобалізаційних та інтеграційних процесах європейського туристичного ринку через участь у створенні єдиного туристичного простору Євро регіону як зони вільної торгівлі турпослугами та свободи туристського руху, ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристських потоків, розробку спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць, насамперед міжнародних туристичних маршрутів, таких як “Туризм по Шовковому шляху”, а також по рекреаційних зонах Чорноморського узбережжя, річок Дунай та Дніпро, спільне просування турпродукту на міжнародному ринку з метою збільшення обсягів туристських обмінів, підвищення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн.

Таким чином, Болгарії та Україні як країнам із значними туристичними можливостями слід розробити і впровадити ефективну стратегію, яка повинна ґрунтуватися на покращанні та диверсифікації туристського продукту, розвивати регіональний туристський маркетинговий продукт для світового ринку, посилити кооперацію між туроператорами і турагентами з інших країн, що приведе до формування конкурентоспроможного національного турпродукту.





## Література

1. Розвиток україно-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму. — [http://www.niss.gov.ua/Monitor/may/9\\_2.htm](http://www.niss.gov.ua/Monitor/may/9_2.htm)

2. Asher F. Tourism: Transnational Corporations and Cultural Identities / UNESCO. — Paris. — 104 p.

*Болгарія та Україна належать до країн, що володіють великими можливостями й перспективами у галузі туризму. Спільна стратегія в цій сфері, заснована на кооперації туристичних установ двох країн, значно підвищить їх конкурентоспроможність на туристичному ринку.*

*Болгария и Украина относятся к странам, обладающим большими возможностями и перспективами в области туризма. Совместная стратегия в этой области, основанная на кооперации туристических учреждений этих двух стран, значительно повысит их конкурентоспособность на туристическом рынке.*

*Bulgaria and Ukraine are the countries which possess the big possibilities and prospects in the field of tourism. Joint strategy in this area, based on cooperation of tourist establishments of these two countries, will considerably raise their competitiveness in the tourist market.*

Надійшла 27 червня 2009 р.