

the process of marketing mix planning, at the same time were given ways to improve the stages of products promotion on the market in dependence on the level of innovation. Determined that the main marketing idea, promotion intensity, level of novelty, risk level, the ultimate goal of manufacturer and nature of consumer are decisive factors that have influence on the marketing mix. Proved crucial role of marketing strategy of products promotion on the market due to the difference between conventional and innovative products. Defined the individual variations of innovative goods promotion by manufacturer based on its position in the market. Determined the main difference between conventional and innovative products promotion.

**Keywords:** promotion; innovation; innovative product; strategy.

#### REFERENCES

1. Zakharchenko V. I., Merkulov N. N., Shiryayeva L. V. (2011), Innovative development in Ukraine: science, technology, practice, Favorit, Odessa, 598 p. (rus).
2. Lamben Zh-Zh., Chumpitas R., Shuling I. (2010), Market-oriented management, Piter, St. Petersburg, 710 p. (rus).
3. Illiasenko S. M. (2006), Marketing and management of innovative development, University book, Sumy, 727 p. (ukr).
4. Scherbak V. H., Lozenko A. P. (2008), Domestic enterprise's problems of foreign market penetration, *Finansy Ukraini*, No 4, 502 p. (ukr).
5. Griniov V. F. (2004), Product and innovative politic of enterprise, Kiev, 160 p. (rus).
6. Michael L., Vors James, Kimberly V.-H. (2006), Rapid innovation, Companion Group, Kiev, 350 p. (engl).
7. Karakai Yu. V. (2005), Marketing of innovative products, Kyiv, 226 p. (ukr).
8. Chukhrai N. I. (2010), Strategic decisions in innovative products promotion on the market, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, No 5, Vol. 4, pp. 32-36 (ukr).
9. Bright J. R. (2008), Some Management Lessons from Technological Innovation Research, *National Conference on Management of Technological Innovation*, University of Bradford Management Centre, 208 p. (engl).
10. Popov Ye. V. (2002), Promotion of goods and services, *Finansy i statistika*, Moscow, 7 p. (rus).
11. Golubkov Ye. P. (1995), Marketing: strategies, plans, structures, Delo, Moscow, 37 p. (rus).
12. Basovskiy L. Ye. (1999), Marketing, INFRA, Moscow, 136 p. (rus).
13. Zaytseva V. A., ed. (2006), Marketing, Moscow, 150 p. (rus).
14. Kotler F., Keller K. L. (2006), Marketing management, Piter, St. Petersburg, 571 p. (rus).
15. Solovyov B. A. (2007), Marketing, INFRA, Moscow, 195 p. (rus).
16. Lavrova Yu. V. (2012), Marketing. Classic provisions and features on transport: lecture notes, Kharkiv, 227 p. (ukr).
17. Chervanov D. M. (1999), Management of innovative and investment development of Ukrainian enterprises, Znania, Kyiv, 516 p. (ukr).

© Ганза Ірина, Мартоян Андріанік  
Надійшла до редакції 23.12.2013

УДК 339:338.48

#### ДРАГОМІРОВА ЄВГЕНІЯ,

кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму  
Донецького державного університету управління

#### ШЕПТУРА ОЛЕКСАНДР,

начальник відділу боротьби з етнічними організованими злочинними групами та екстремізмом  
УБОЗ ГУМВС України

## ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У статті проаналізовано існуючий стан туристичної галузі Європейського Союзу та країн-лідерів у галузі, встановлено взаємозв'язок факторів формування економічної безпеки туристичних дестинацій та ризику для окремих країн, виявлено складові системи забезпечення економічної безпеки туристичних дестинацій з метою підвищення індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму.

**Ключові слова:** туризм; туристичні дестинації; географічний розподіл туристичних потоків; конкурентоспроможність; країнний ризик.

**Постановка проблеми та стан її вивчення.** Туризм в більшості європейських країн на державному рівні визнано пріоритетною сферою національної економіки. За даними Світової туристичної організації ООН (UN

World Tourism Organization), прогнозоване зростання туристичних потоків у післякризовий період становитиме 2-3 % у європейських країнах, 4-6 % в Африці та Америці, а на Близькому Сході - 0-5 % [1].

Володіючи багатими культурно-історичними та природними ресурсами, Європейський Союз стоїть перед проблемою інтенсифікації розвитку сучасної індустрії туризму, здатної залучити іноземних і вітчизняних туристів. Рішення цілого ряду економічних, організаційних, соціальних, правових проблем в країнах-членах ЄС має сприяти підйому сфери туризму, а також забезпеченню економічної безпеки туристичних дестинацій.

Актуальність дослідження підтверджено деклараціями лідерами G20 ролі туризму як засобу створення робочих місць, підвищення якості праці, зменшення бідності та зростання світової економіки.

Економічним аспектам розвитку туризму присвячені дослідження Т. І. Ткаченко [2], Н. В. Корж [3], І. В. Смаль [4] та інших. Але інтернаціоналізація світової економіки та європейський вектор інтеграційних процесів України обумовлюють необхідність вивчення європейського досвіду із забезпечення економічної безпеки туристичних дестинацій.

**Мета** дослідження - проаналізувати досвід європейських країн із забезпечення економічної безпеки туристичних дестинацій, виявити складові системи забезпечення економічної безпеки туристичних дестинацій.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення сфери туризму в аспекті економічної безпеки є важливим питанням розвитку туризму, оскільки туризм може впливати на політику, економіку, суспільство та навколишнє середовище як позитивно, так і негативно. Для доведення цієї тези слід проаналізувати основні економічні показники розвитку туристичних дестинацій Європейського

Союзу, що належить до Європейського регіону, виділеного Світовою туристичною організацією поряд із Американським, Африканським, Азійсько-Тихоокеанським, Близькосхідним туристичними регіонами.

Європейський туристичний простір виходить далеко за географічні межі Європи. Власне "європейськими" є Північно- і Західноєвропейський туристичні райони. До складу Південної Європи включені Ізраїль, Кіпр і Туреччина, а до району "Центральна й Східна Європа" додані Росія, країни Середньої Азії (Киргизстан, Узбекистан, Таджикистан, Туркменістан), Закавказзя (Грузія, Вірменія, Азербайджан) і Казахстан. Такий підхід до районування туристичного простору є дискусійним і вимагає змін та уточнень, але він запропонований Світовою туристичною організацією і є основою для статистичної звітності й аналітичних досліджень у планетарному й регіональному масштабах. Він пояснюється як геополітичними й історико-культурними традиціями, так і тісними туристичними зв'язками між окремими країнами й районами [4]. Таким чином, вивчення досвіду саме Європейського Союзу є актуальним і корисним, адже країни-члени ЄС та Україна належать до одного туристичного регіону, міжнародні директиви є правомочними для означених країн, а економіки все ще оговтуються після світової фінансової кризи. Так, за даними Євростату (Eurostat) [5], сучасна політика у сфері туризму дозволила скоротити ризики та збільшити рівень довіри до туристичного ринку ЄС, результати роботи якого відбилися на економіці не лише найбільш рейтингових дестинацій (табл. 1), а й у цілому ЄС.

Таблиця 1. - ТОП-10 країн ЄС за кількістю ночей, проведених туристами в дестинації, та витрачених коштів (2011 р.)\*

	Кількість ночей у країні	Відсоток (%)	Платіжний баланс	
			Витрати (млн євро)	Надходження (млн євро)
<b>ЄС-27</b>	<b>1030114</b>	<b>100%</b>		
<b>ТОП-10</b>	<b>894 633</b>	<b>86,8</b>		
Іспанія	239 371	23,2	12 423	43 026
Італія	178 005	17,3	20 709	30 878
Франція	122 963	11,9	29 922	38 682
Велика Британія	87 994	8,5	36 275	25 792
Австрія	73 647	7,1	7 531	27 903
Німеччина	63 081	6,1	60 596	27 903
Греція	54 444	5,3	2 266	10 505
Португалія	27 860	2,7	2 974	8 146
Нідерланди	27 843	2,7	14 748	10 378
Чеська республіка	19 425	1,9	3 279	5 484

\*Складено авторами за даними статистичної інформації ЄС [5]

Економічне значення міжнародного туризму можна виміряти, зважаючи на рівень надходжень від міжнародного туризму по відношенню до ВВП, що відображається в статистиці платіжного балансу й включає в себе ділові поїздки, а також поїздки для проведення відпусток, дозвілля, святкові, релігійні та оздоровчі тури (рис. 1).

У 2011 році співвідношення кількості подорожей та надходжень до ВВП було найвищим у Мальти (14,0 %) й Кіпру (10,2 %), що підтверджує важливість туризму в цих острівних державах.

При глибокому аналізі витрат по країнах за демографічною ознакою з'ясовано, що кожне домогосподарство Люксембургу у 2011 році в середньому витратило на поїздки за кордон близько 5 289 євро, що значно перевищує витрати бельгійців, які посіли друге місце в рейтингу з витратами в середньому 1466 євро на до-

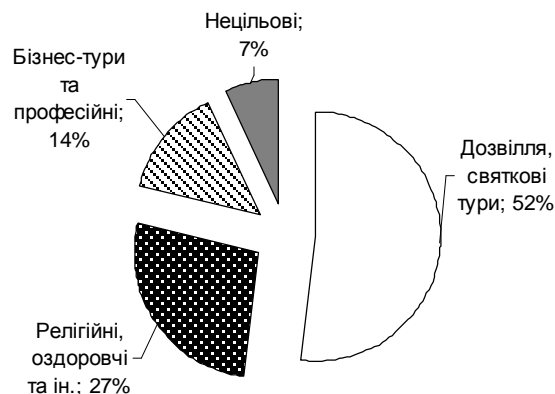


Рис. 1. Розподіл за метою відвідування туристів, що в'їжджають до ЄС [6].

могосподарство, далі за рейтингом означені Данія, Ірландія, Швеція та Кіпр [5].

Установлено, що туризм є важливим інструментом економічного розвитку та створення робочих місць у Європі та світі. Прогнозований на 2013 рік Європейською комісією ріст сфери туризму має підтримати майже 266 млн робочих місць в індустрії.

Спрощення візового режиму, зниження оподаткування та інші заплановані заходи сприятимуть розвитку сфери туризму країн ЄС та економіки в цілому.

Узагальнюючи вищезазначене, слід підкреслити, що основними факторами, які формують як ризик країни, так й економічну безпеку туристичної дестинації, є по-

літична ситуація в країні, економічний розвиток, соціальна сфера та екологічна безпека. Для порівняння та підтвердження цієї тези наведемо рейтингування ТОП-10 країн у 2013 році (табл. 2) щодо країнного ризику (*World Risk Average by Euromoney Country Risk*) та індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму (*TTCI - The Travel and Tourism Competitiveness Index*). Останній розраховується за 14 основними показниками, при цьому вони враховують не тільки привабливість країни щодо розвитку туристичного сектора та росту туристичної привабливості, але й рівень безпеки, стан гігієни, інфраструктури, транспортної системи та культуру спадщину.

**Таблиця 2. - Рейтинг країн за рівнем ризику [6] та за індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ) 2012 [7]**

Рейтинг країн за рівнем ризику			ТТСІ		
Ранг	Країна	Бали (max=100)	Ранг	Країна	Бали (max=100)
1.	Норвегія	89,7	1.	Швейцарія	5,66
2.	Швейцарія	87,44	2.	Німеччина	5,39
3.	Люксембург	87,21	3.	Австрія	5,39
4.	Сингапур	86,59	4.	Іспанія	5,38
5.	Швеція	86,41	5.	Велика Британія	5,38
6.	Фінляндія	84,54	6.	США	5,32
7.	Данія	82,49	7.	Франція	5,31
8.	Канада	82,45	8.	Канада	5,28
9.	Гонконг	81,74	9.	Швеція	5,24
10.	Австралія	81,53	10.	Сингапур	5,23

Як видно з таблиці рейтингування, 4 з 10 країн-лідерів у 2013 році увійшли в обидва рейтинги, що доводить спільність та взаємозв'язок економічної безпеки дестинації та конкурентоспроможність її туристичної сфери. Відзначимо, що індекс конкурентоспроможності подорожей ураховує: політичні норми й правила, екологічну стабільність, охорону й безпеку, здоров'я та гігієну, інфраструктуру авіа- й наземного транспорту, рівень розвитку туризму, людські, природні та культурні ресурси.

На жаль, Україна за рейтингом Euromoney та ТТСІ посідає 122 (32,2 бала) та 76 місця (3,98) відповідно зі 140 досліджуваних країн, що свідчить про недосконалість впроваджуваної політики та економічної трансформації взагалі та у сфері туризму зокрема. Унаслідок розвитку подієвого туризму, яскравим прикладом якого в Україні стало проведення Євро-2012 (це дало по-

штовх до розвитку сфери туризму в бік в'їзного, що позитивно відбилось і на позиції в рейтингу) країна піднялась із 85 у 2012 р. на 76 у 2013 р. [8]. Указана подія позитивно позначилась і на діяльності підприємств у сфері туризму, а також стала культурною та історичною подією, результати чого занесені в аналіз історії не лише спортивних змагань.

Однак, упроваджувана зовнішньоекономічна політика поряд зі ставленням європейців до України як туристичної дестинації та країни-потенційного члена Європейського Союзу швидше негативно впливають на динаміку розвитку туристичної сфери поряд із тим, що Україна в рейтингу "дружніх країн у сфері туризму" (*The World Friendliest Countries*) знаходиться в області найменш дружніх, а лідери рейтингу представлені в таблиці 3.

**Таблиця 3. - Топ-10 найбільш та найменш дружніх країн для туристів (2013 р.) [9]**

Доброзичливі країни	Ранг	Недоброзичливі країни	Ранг
Ісландія	6,8	Болівія	4,1
Нова Зеландія	6,8	Венесуела	4,5
Марокко	6,7	Російська Федерація	5
Македонія	6,7	Кувейт	5,2
Австрія	6,7	Латвія	5,2
Сенегал	6,7	Іран	5,2
Португалія	6,6	Пакистан	5,3
Боснія і Герцеговина	6,6	Словацька Республіка	5,5
Ірландія	6,6	Болгарія	5,5
Буркіна-Фасо	6,6	Монголія	5,5

Основним недоліком рейтингування є те, що країни з низькими балами опосередковано формують негативний імідж країни, тому більшість країн навіть усунено від ретельного аналізу, вони розглядаються з позицій небезпеки, а не з позицій розвитку потенційних можливостей та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Проведений аналіз статистичних даних на рівні дер-

жав та туристичних регіонів дозволяє стверджувати, що складовими об'єктами економічної безпеки та підтримки конкурентоспроможності подорожей і туризму є:

- економічна безпека регіону (одного з п'яти установлених Світовою туристичною організацією);
- економічна безпека країни;
- економічна безпека туристської дестинації;

- економічна безпека туристсько-рекреаційного комплексу;
- економічна безпека підприємств сфери туризму;
- економічна безпека особи (туриста, місцевого жителя).

Дослідження вказаних складових у рамках наведеної ієрархічної послідовності дозволить діяти локально й отримувати глобальний ефект - конкурентоспроможну сферу туризму в економічно розвинутій державі.

**Висновки**

Проведений аналіз сучасного стану розвитку туристичної галузі країн-лідерів та країн-членів Європейського Союзу дозволяє дійти висновку про існування взаємозв'язку між кризовими явищами в економіці та розвитком туристичних дестинацій і сфери туризму взагалі. Фактори формування крайнього ризику - політичні, економічні, соціальні та екологічні - є характерними й для забезпечення економічної безпеки туристичних дестинацій та підвищення індексу конкурентоспроможності туризму. Комплексне дослідження й розвиток складових економічної безпеки дозволить забезпечити істотне підвищення в'їзного туристського потоку, вирішувати питання підвищення конкурентоспроможності сфери туризму в Україні як на рівні підприємств, так і на рівні Європейського регіону, сприятиме позитивізації туристичного іміджу країни у світі.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. - UNWTO. - Vol. 11, January 2013. - Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/ru/node/38163>.

**Драгомирова Євгенія,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму  
Донецького державного університету управління*

**Шептура Александр,**

*начальник отдела по борьбе с этническими организованными преступными группами и экстремизмом  
УБОП ГУМВД Украины*

**ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

В статье проанализировано текущее состояние туристической сферы Европейского Союза и стран-лидеров отрасли, установлена взаимосвязь факторов формирования экономической безопасности туристических дестинаций и странового риска, выявлены составляющие системы обеспечения экономической безопасности туристических дестинаций с целью повышения индекса конкурентоспособности путешествий и туризма.

*Ключевые слова:* туризм; туристическая дестинация; географическое распределение туристических потоков; конкурентоспособность; страновой риск.

**Dragomirova Yevgeniya,**

*PhD, Assistant Professor at tourism department in Donetsk State University of Management*

**Sheptura Oleksandr,**

*the head of department on prevention of ethnic criminal gangs and extremism, Organized Crime Administration, Ministry of armed forces of Ukraine*

**EUROPEAN EXPERIENCE ON ENSURING THE ECONOMIC SECURITY  
OF TOURIST DESTINATIONS**

Tourism is deemed as one of the priorities among the spheres of national economic activities in the vast majority of the European countries, which is confirmed by the declarations of the G20 leaders on the multiple roles performed by the tourism: as a tool of new working places creation, improvement of the quality of work, poverty reduction and global economic growth. The growth in tourism sector projected by the European Commission for year 2013 is to support approximately 226 million working places within the industry.

2. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко. - К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. - 463 с.

3. Корж Н. В. Формування системи економічної безпеки індустрії туризму як складової стійкого розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс] / Н. В. Корж, О. В. Заноско // Економіка. Управління. Інновації. - 2011. - № 2 (6). - Режим доступу : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/korz.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/korz.htm).

4. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу [Електронний ресурс] / І. В. Смаль. - Режим доступу : [http://tourlib.net/books\\_ukr/smal15.htm](http://tourlib.net/books_ukr/smal15.htm).

5. European Tourism in 2013: Trends & Prospects (Q1/2013). A quarterly insights report produced for the Market Intelligence Group of the European Travel Commission (ETC). - Brussels, 2013. - 38 p.

6. About Euromoney's Country Risk Ratings : Country risk rankings (Q2 2013) [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.euromoney.com/Poll/10683/PollsAndAwards/Country-Risk.html>.

7. Travel and Tourism Competitiveness [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>.

8. The TTCI rankings [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_ASEAN\\_Rankings\\_2012.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Rankings_2012.pdf).

9. Harriet A. The world's friendliest countries: New map reveals Iceland is the coolest place to go on vacation (but try to avoid Bolivia) [Електронний ресурс] / Arkell Harriet. - Режим доступу : <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2306868/Worlds-friendliest-country-Head-Iceland-avoid-Bolivia-costs.html>.

The analysis of the statistical data of the EU member-states and leader-states in tourism proves the assumption on the economic impact of the tourism on the increase of the travel and tourism competitiveness index, as well as the reduction of the country risk. Such countries as Switzerland, Canada, Sweden and Singapore are regarded as leaders in global rankings due to the absence of Country Risk (economically safe countries with favorable economic and investment climate). Furthermore, the index of travel and tourism competitiveness (TTCI) is also top-ranked in these states, which proves the inextricable link between the economic security and competitiveness of tourism industry destination.

Ukraine's tourism sphere has been ranked quite poorly for the last two years, which confirms the imperfection of implemented policies and economic transformation processes as a whole, and in tourism sphere in particular.

The outcome of the analysis is the determination of the economic security components and maintenance of travel and tourism competitiveness, research on which under the presented hierarchical sequence allows implementation of local actions and achievement of global effect - competitive sphere of tourism in economically developed state.

**Keywords:** *tourism; travel destination; geographical distribution of tourist flows; competitiveness; country risk.*

#### REFERENCES

1. World Tourism Barometer (2013), available at : <http://mkt.unwto.org/ru/node/38163> (engl).
2. Tkachenko T. I. (2009), Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities, monograph, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 463 p. (ukr).
3. Korzh N. V., Zanosko O. V. (2011), Formation of the economic security of the tourism industry as a component of sustainable tourism development in Ukraine, available at: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/korzh.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/korzh.htm) (ukr).
4. Smal I. V. (2010), Tourism resources of the world, available at: [http://tourlib.net/books\\_ukr/smal15.htm](http://tourlib.net/books_ukr/smal15.htm) (ukr).
5. European Tourism in 2013: Trends & Prospects (Q1/2013). A quarterly insights report produced for the Market Intelligence Group of the European Travel Commission (ETC), Brussels, 38 p. (engl).
6. About Euromoney's Country Risk Ratings (Q2 2013): Country risk rankings, available at: <http://www.euromoney.com/Poll/10683/PollsAndAwards/Country-Risk.html> (engl).
7. Travel and Tourism Competitiveness (2013), available at : <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness> (engl).
8. The TTCI rankings (2013), available at : [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_ASEAN\\_Rankings\\_2012.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Rankings_2012.pdf) (engl).
9. Harriet A. (2013), The world's friendliest countries: New map reveals Iceland is the coolest place to go on vacation (but try to avoid Bolivia), available at : <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2306868/Worlds-friendliest-country-Head-Iceland-avoid-Bolivia-costs.html> (engl).

© Драгомірова Євгенія, Шептура Олександр  
Надійшла до редакції 14.01.2014

УДК 658.8:669:004.77

**ДУТОВА НАТАЛЯ,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту  
Донецького національного університету*

## **ЕЛЕКТРОННІ ТОРГОВЕЛЬНІ МАЙДАНЧИКИ В МЕТАЛУРГІЇ: ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ**

У статті подано аналіз процесу організації й функціонування електронних торговельних майданчиків в управлінні збутом продукції металургійних підприємств. Визначені форми електронної торгівлі, що використовують металургійні підприємства в збутовій діяльності, обґрунтовані їхні переваги. Визначено поняття "електронний торговельний майданчик". Розглянуті причини об'єктивного й суб'єктивного характеру, що обумовлюють лідерство світових і вітчизняних підприємств металургійного комплексу в розвитку систем електронної комерції. Досліджені особливості ринку металів, що створюють сприятливе середовище для впровадження в збутову діяльність металургійних підприємств механізмів електронних торговельних майданчиків.

**Ключові слова:** *металургійний комплекс; металургійне підприємство; управління збутом; Internet; інформаційні технології; електронна торгівля; електронні торговельні майданчики; ефективність функціонування.*

**Постановка проблеми.** Активне використання у світовій практиці інформаційних і торговельних систем у збутовій діяльності промислових підприємств стає

основою підвищення ефективності їх функціонування. Збутова діяльність має безпосередній вплив на економічний ефект діяльності підприємства в цілому, тісний