

УДК 338.48

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

ХАУСТОВА Вікторія Євгенівна

кандидат економічних наук, доцент

ГОРБАТОВА Євгенія Федорівна

здобувач

На сучасному етапі розвитку світової економіки туризм в різних його формах відіграє все більш значну роль, у багатьох країнах ця галузь досить швидко розвивається та стає могутнім важелем розвитку. Слід зауважити, що туристична діяльність є міжгалузєвою сферою економіки, яка охоплює не тільки засоби розміщення, але

й транспорт, зв'язок, індустрію харчування, розваг і багато іншого, ця сфера впливає на кожен континент, державу чи місто. Значення туризму для економік різних країн пов'язане, перш за все, з тими перевагами, які він дає за умови успішного розвитку. Ідеться про зростання робочих місць у готелях та інших засобах розміщення, у ресторанах та інших підприємствах індустрії харчування, на транспорті і в суміжних обслуговуючих галузях. Іншою важливою перевагою є мультиплікативний ефект від туризму, тобто його вплив на розвиток суміжних галузей економіки. Крім цього, варто згадати про зростання податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів. Також туризм справляє економічний вплив на місцеву економіку, стимулюючи експорт місцевих продуктів.

Отже, туристичну діяльність слід розглядати як найважливішу галузь економіки. Однак сьогодні можна констатувати той факт, що в Україні сфера туризму ще не отримала належного розвитку. Так, на частку України разом із

іншими країнами СНД припадає лише 2% світового туристичного потоку [1].

Актуальність теми дослідження зумовлює чимала кількість проблем у цій галузі, зокрема відсутність відповідних законодавчих заходів, сприятливої податкової політики та інвестиційного клімату для інтенсивного розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в регіонах, належного розвитку туристичної інфраструктури, некомерційного просування областей України як туристичного напрямку на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках, а також відсутності створення умов для підвищення туристичної активності населення.

Основою теоретичного дослідження індустрії туризму як галузі регіональної економіки є праці вітчизняних та російських науковців, зокрема, Н. Баранського, А. Гранберга, С. Кузнецова, І. Сігова, Г. Мкртчяна та інших. Теоретичні положення та прикладні питання розвитку та управління індустрією туризму відбито в працях І. Волошина, Г. Долматова, О. Долматова, Д. Ісмаєва, А. Каурової, Д. Козлова, Т. Розанової, А. Чудновського та інших, а також в працях іноземних дослідників: С. Брігса, А. Булла, П. Джонсона, С. Маркідакіса, Ч. Робінсона та інших.

Метою дослідження є аналіз стану світового туризму та місця України на світовому ринку туристичних послуг, а також визначення основних проблем і перешкод у сфері туристичного бізнесу та напрямків його розвитку в країні.

Туристична діяльність увійшла в XXI ст. як сектор економіки, що стабільно розвивається та серйозно впливає на соціально-економічний розвиток багатьох країн світу. Сьогодні для 38% країн світу туризм – головне джерело доходу, а для 83% – одне з п'яти основних джерел доходу. Особливих успіхів світовий туризм досяг за останні 30 років, коли кількість міжнародних туристів зросла в чотири рази, а валютні доходи збільшилися в 25 разів. На цю сферу припадає понад 10% світового валового національного продукту, понад 6% світових інвестицій, кожне 10-те робоче місце, 12% світових споживчих витрат [2].

Обсяг міжнародного туристичного потоку з кожним роком стабільно зростає навіть за проблем, що постійно виникають в економічній, політичній, екологічній, енергетичних сферах, а також інших криз. Якщо проаналізувати дані щодо темпів розвитку світового туризму за останні 50 років, то можна побачити колосальне зростання кількісних і вартісних його показників (табл. 1).

Таблиця 1

Темпи розвитку міжнародного туризму [3]

Рік	Кількість прибуттів у всіх країнах, млн	Валютні надходження в усіх країнах, млрд дол
1960	69	6,9
1970	159	17,9
1980	284	97,0
1990	415	230,0
2000	698	476,0
2008	924	534,6

За оцінками експертів Світової організації туризму [3], у найближчі роки туристичні ринки розвинених індустріальних країн стабільно зростатимуть внаслідок збільшення доступності туризму для ширших верств суспільства і зростання частоти туристичних поїздок. Для нових туристичних ринків та ринків, що розвиваються, характерні тенденції збереження динамічного зростання та відповідного збільшення бюджетних доходів у найближче десятиліття. Очікується поступове зміщення акцентів у розвитку туризму від традиційних ринків Західної Європи, США, Японії і Канади до альтернативних ринків, таких як Центральна і Східна Європа, включаючи Росію, Китай, Південна Корея, Мексика, а також деякі країни Близького Сходу (табл. 2).

Таблиця 2

Прогноз розподілення об'ємів в'їзного туризму за регіонами світу (міжнародні туристичні прибуття, млн осіб) [3; 4]

Регіони світу	Прибуття					Прогноз 2020 р.
	1985 р.	1990 р.	1995 р.	2000 р.	2010 р.	
Африка	9,7	15,0	20,2	27,4	47,0	77,3
Америка (Південна та Північна)	64,3	92,8	108,9	130,2	190,4	282,3
Східна Азія (Тихоокеанський регіон)	31,1	54,6	81,4	92,9	195,2	397,2
Європа	212,0	282,7	338,4	393,4	527,3	717,0
Близький Схід	7,5	9,0	12,4	18,3	35,9	68,5
Загалом	327,1	457,2	565,4	667,7	1006,4	1561,1

Отже, майже всі регіони світу останніми роками демонструють швидке зростання обсягів туристичного потоку. Слід відзначити Азіатсько-Тихоокеанський регіон, де кількість мандрівників у 2010 р. стала на 255% більшою, ніж у 2000 р. Цей успіх можна пояснити активними рекламними кампаніями держав регіону, а також підтриманням цін на «кризовому» рівні. Значну зацікавленість до поїздок в країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону виявляють жителі Європи й Америки [3].

Загострення останніми роками арабо-ізраїльського конфлікту завадило країнам Близького Сходу домогтися значних результатів. Однак паломницький туризм протягом 2000–2010 рр. був найбільш популярний в Ізраїлі, Йорданії і Єгипті. Політична стабільність і активне просування туристичних продуктів дозволило Єгипту та Туреччині й далі утримувати лідерство серед найпопулярніших регіонів Близького Сходу в росіян та українців. З кожним роком збільшує туристичний потік до ОАЕ, пердусім до Дубаю, що зумів досягти відмінних результатів у літній сезон, який раніше вважали традиційно низьким [3].

Американський континент, зокрема США і країни Карибського басейну, також продемонстрували значні темпи зростання числа туристичних прибуттів. У 2008 р. США відвідало на 15% туристів більше, ніж у 2007 р. Особливо

зросла кількість відвідувачів із найважливіших для США океанських ринків [5].

Африканський континент показав за останні роки найскромніші результати, однак у таких країнах, як Марокко, Туніс і Маврикій туристична галузь динамічно розвивається далі.

Значних результатів за період 2000–2010 рр. досягли держави Східної і Центральної Європи, у першу чергу Хорватія, Словенія, Угорщина, Чорногорія, ставши оздоровчими курортами. Лідерами Європи з туризму залишаються Франція, Іспанія, Великобританія та Італія, яка зробила величезний ривок завдяки паломницькому туризму.

Довгострокові перспективи розвитку індустрії туризму фахівці [6] вважають досить оптимістичними. Очікується, що до 2011 р. у світі подорожуватиме 1 млрд чол., а до 2020 р. – 1,5 млрд. чол. (табл. 3).

Таблиця 3

Прогнозні дані країн-лідерів виїзного туризму в 2011 р. [6]

Країна	Кількість міжнародних поїздок, млн	Частка ринку, %
Німеччина	163,5	10,2
Японія	141,5	8,8
США	123,5	7,7
Китай	100,0	6,2
Великобританія	96,1	6,0
Франція	37,6	2,3
Нідерланди	35,4	2,2
Канада	331,3	2,0
Росія	30,5	1,9
Італія	29,7	1,9

У табл. 4 наведено прогнозні дані країн лідерів в'їзного туризму в 2020 р.

Таблиця 4

Прогнозні дані країн-лідерів в'їзного туризму в 2020 р.

Країна	Кількість прибуттів, млн	Частка ринку, %
Китай	137,1	8,6
США	102,4	6,4
Франція	93,3	5,8
Іспанія	71,0	4,4
Гонконг	58,3	3,7
Італія	52,9	3,3
Великобританія	52,8	3,3
Мексика	48,9	3,1
Росія	47,1	2,9
Чехія	44,0	2,7

Як уже зазначено, у всьому сучасному світі туризм тлумачать як соціально-економічне явище, що має прямий та опосередкований вплив на розвиток всієї пов'язаної з ним інфраструктури. Однак в Україні, що володіє колосаль-

ними туристичними ресурсами, туризм ще не досяг рівня розвитку, адекватного своїм потенційним можливостям. Туристичні об'єкти залишаються незатребуваними через нерозвиненість інфраструктури туристичних послуг, недосконалість механізмів державного регулювання на різних рівнях влади, відсутність мотивації для приватних інвестицій у туристичні ринки та ефективних методів економічного аналізу туристичного комплексу регіонів.

За даними Світової організації туризму (UNWTO) [7], у 2008 р. Україна належала до десятки лідерів міжнародного туризму за кількістю відвідувань і посідала сьоме місце. Останніми роками кількість відвідувань значно скоротилася, й в 2010 р. країна посіла 16-те місце. У 2006 р. кількість відвідувань становила 18,9 млн іноземних громадян, у 2008 р. – 25,4 млн громадян, а в 2010 р. – 19,8 млн громадян, насамперед це громадяни з Росії та Східної Європи, а також Західної Європи та США. Структура в'їзного потоку за країною походження в 2008 р. виглядала так: країни СНД – 11,9 млн осіб (63% загального в'їзного потоку), країни ЄС – 6,3 млн осіб (33%), решта країн – 1,6 млн осіб (4%).

Низькі показники туристичної активності України на світовому ринку, а особливо чотириразове перевищення імпорту туристичних послуг над експортом свідчать про недостатню конкурентоспроможність вітчизняної індустрії туризму. Це можна пояснити трьома головними факторами: по-перше, недостатньою ефективністю реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг; по-друге, потужним впливом розвинених глобальних корпорацій, які контролюють світовий ринок туристичних послуг, а саме: Carison Companies, American Express, Preussag, Airtours, Accor – і низки інших; по-третє, відсутністю явища масовості туризму в Україну через низьку платоспроможність основної маси населення [8].

Туризм як складова сфери послуг має свою специфіку, типологію та функції, які дозволяють визначити його як автономну сферу господарювання. Специфіка туристичної послуги полягає в характеристиках, що відрізняють її від інших послуг. Крім відомих властивостей невідчутності, невідвільності від джерела, непостійності якості, на думку автора, можна виділити такі властивості послуги туризму, як комплексність, ефект накопичення та складність нормування, що можуть перетинатися в різній площині їх виробництва й реалізації. Туристична послуга має територіальний характер, що на нього впливає як специфіка задоволення потреб у туризмі (відпочинок, подорожі, цільові поїздки), так і особливості формування попиту й пропозиції на туристичний продукт в країні.

Отже, ринок туристичних послуг має двоєдину природу. Як комерційне явище, він:

- має соціально-орієнтований характер;
- спрямований на задоволення і розвиток суспільних потреб;
- впливає на процес соціалізації особистості;
- виступає інструментом перерозподілу національного доходу всередині регіону і країни в цілому.

Незважаючи на значний вплив інших галузей, розвиток туризму залежить від забезпечення ефективних організаційно-економічних умов (рис. 1), яких досягають вирішуючи завдання державної політики у сфері регулювання туризму.

- підтримку технічного стану культурно-історичних пам'яток;
- підтримку лікувальних курортів (використання потенціалу клінік, освоєння і впровадження нових технологій в медицині);

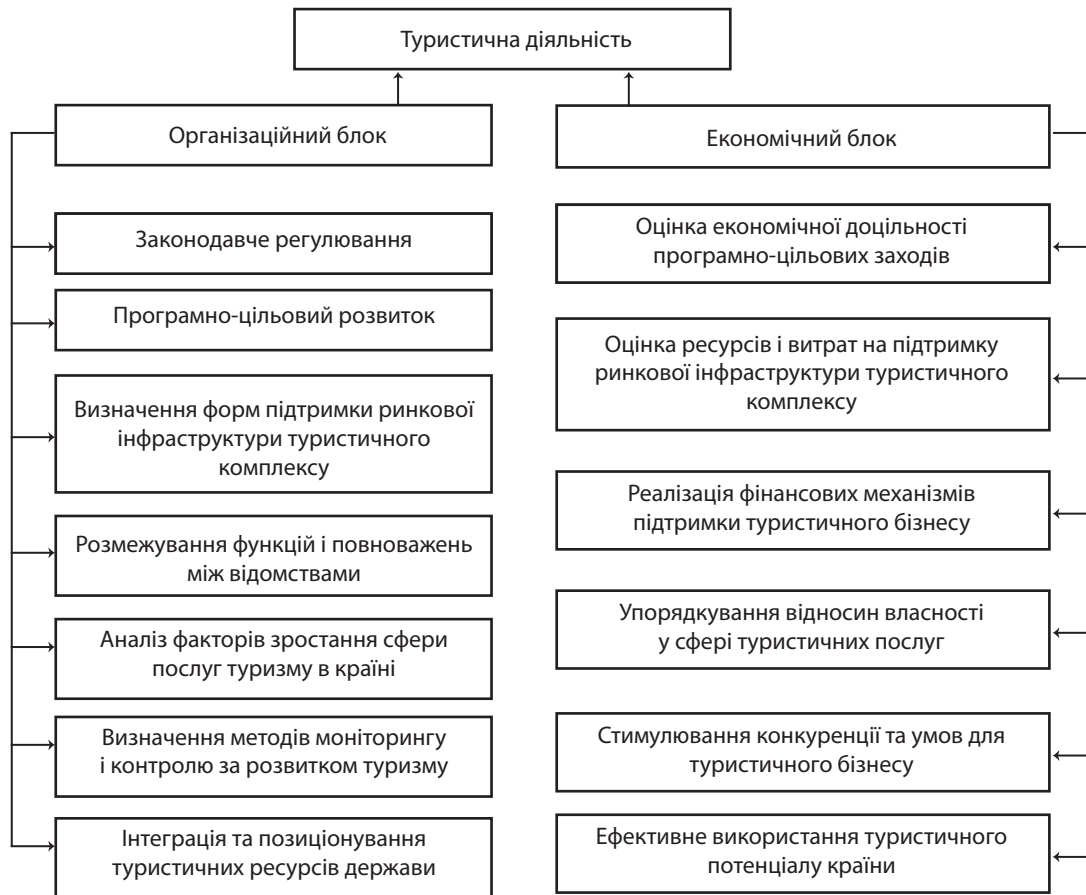


Рис. 1. Система організаційно-економічних завдань органів державного управління в розвитку туризму

Структурна перебудова сучасної економіки дає змогу говорити про необхідність кардинальної структурної перебудови державного туризму, перед усім завдяки змінам пріоритетів – переходу від виключної орієнтації на елітарний туризм до розвитку недорогих масових видів туризму.

Дослідження ринку туристичних послуг України і споживчих переваг на підставі робіт [8–10] дало авторам можливість виявити пріоритети в розвитку державного туризму за видами й формами реалізації туристичних послуг. Пріоритетні напрями менеджменту державного туризму повинні бути орієнтовані, перш за все, на:

- розвиток соціальних програм у туризмі, у тому числі в бюджетних організаціях (інсентив-туризм), розвиток навчальних турів (спеціалізований туризм), культурно-масових програм (подійєвий туризм);
- стимулювання розвитку інфраструктури туристичних послуг;

- реконструкцію туристичних об'єктів (будинків відпочинку, профілакторіїв тощо) у зонах екологічного відпочинку;
- розвиток ділового середовища (співпраця з науковими організаціями, у т.ч. зарубіжними, стимулювання туристичного бізнесу в малих містах і районах);
- удосконалення інформаційної політики (зокрема інформаційна підтримка туристичних об'єктів державного значення);
- розвиток громадських форм управління туристичним комплексом (профільних об'єднань та асоціацій підприємств).

Розвиток державного туризму можливий тільки за допомогою ефективної взаємодії суб'єктів сфери туристичних послуг з органами державного та місцевого управління (рис. 2).

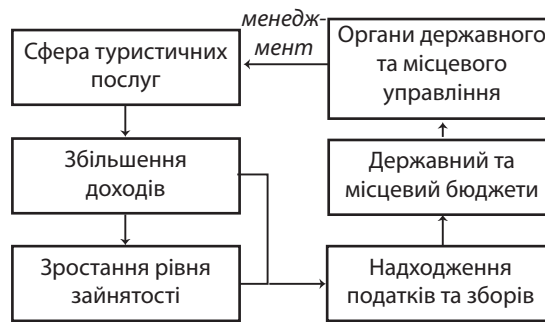


Рис. 2. Взаємодія суб'єктів туристичних послуг з органами державного та місцевого управління

Вивчення в роботі [10] умов господарювання державних і приватних туристичних фірм України показало, що державні підприємства, як правило, виявляються менш ефективними, ніж приватні, мають нижчу прибутковість, слабку сприйнятливості до інновацій і невиправдано великий управлінський апарат. Це підтверджують і світові тенденції, де роль держави зводено до розвитку соціальної та інституційної інфраструктури туризму. Отже, держава, створюючи умови стимулювання для приватного бізнесу, без істотних фінансових витрат досягає подвійної мети: зростання економіки і дохідної частини бюджету; з одного боку, та розвитку державного туризму – з іншого.

Аналіз робіт [9, 10] дозволив зробити висновки, що для України є актуальним розвиток нових форм взаємодії комерційних підприємств і державних структур в туризмі, спрямованих на:

- розробку механізму співпраці музеїв та природних заповідників з туроператорами;
- запровадження нових форм туристичного обслуговування;
- організацію державними органами конкурсу приватних інвестиційних туристичних проектів, які дають можливість використовувати переваги державної допомоги суб'єктам туристичного бізнесу, особливо на стартовому етапі;
- формування цільових інвестиційних програм зі спільною участю державного й приватного капіталу.

Важливим для державного туризму більшість дослідників визнають його програмно-цільовий розвиток. Так, Л. П. Дядечко [8] наголошує на пріоритетності державної фінансової підтримки туристичного підприємництва, пов'язаної з вкладанням чималих державних коштів (кредитних пільг, субсидій, звільнення від податків, мит тощо). Але автор вважає недоцільним застосувати такі витратні форми підтримки в сучасних українських умовах. На думку автора, провідна роль має належати більш ефективним економічним формам підтримки, зокрема податковим кредитами, податковому й митному пільгуванню, організації цільових інвестиційних фондів, державним гарантіям за

кредитами та лізинговими операціями, а також пільговим використанням державної власності.

Для України з її величезним незатребуваним туристичним потенціалом реалізація цих напрямків становить найбільший інтерес, у тому числі з погляду збільшення в'їзної складової на ринку туристичних послуг держави. Усе це потребує формування нової туристичної стратегії в державі, яку має підтримати розробка концепції та цільових програм розвитку державного туризму.

Ефективне державне управління туризмом має бути спрямоване на всебічний розвиток туристичного комплексу країни та активне залучення населення до ухвалення управлінських рішень на місцевому рівні. Такий розвиток потребує формування системи туристичного моніторингу, проведення наукових досліджень з оцінювання туристичних територій, розподілу фінансових ресурсів за ступенем пріоритетності поставлених завдань.

Однією з найдоцільніших пропозицій щодо розв'язання проблем у сфері туризму є створення комітету з розвитку туризму, який розроблятиме комплексні програми розвитку державного туризму, налагоджуватиме зв'язки з адміністраціями міст і районів України, іншими державними та недержавними організаціями (рис. 3).

Створення подібної структури може стати ефективним важелем управління програмним розвитком туризму в державі.

Отже, на основі викладеного вище можна зробити висновок про те, що в Україні існує величезний потенціал розвитку туристичної діяльності, проте він є істотним недовикористаним національним ресурсом, що має стати не тільки рентабельним, але й суттєвим джерелом надходження доходної частини вітчизняної економіки.

Метою політики розвитку сфери туризму на найближчі роки повинно стати формування сучасного конкурентоспроможного туристичного комплексу, який задовольняв би потреби як вітчизняних, так і іноземних громадян в туристичних послугах, а також створював би умови для сталого розвитку туризму в Україні.



Рис. 3. Структура державного органу управління розвитком туризму в країні

Література

1. Квартальнов В. А. Иностранный туризм. – М.: Финансы и статистика, 2007. – С. 251.
2. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304с.
3. <http://www.unwto.org/statistics/index.htm>
4. Стржалковский В. И. Макроэкономические условия развития сферы туризма // Автореферат дисс...канд. экономич. наук. Институт экономики переходного периода. – М., 2005. – С. 8.
5. <http://journal.vlsu.ru/index.php?id=1623>
6. <http://www.wtoelibrary.org/content/t75194/?p=f92c3fedb3e74d3981741741ddb64067&pi=11>.
7. <http://www.unwto.org/>
8. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 224 с.
9. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності. Підручник / Під ред. доктора пед. наук, проф. Орлова В. Ф. – К.: Грамота, 2008. – 327 с.
10. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. – К.: Альтерпрес, 2007. – 436 с.