

О. В. Кирилова, здобувач кафедри маркетингу,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

НАПРЯМКИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

АНОТАЦІЯ. В статті розглянуто проблеми розвитку туризму в Україні, фактори, які впливають на його економічну ефективність та сформульовано основні напрямки розвитку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Туризм, функціонування туристичної сфери, ефективне використання туристичних ресурсів, управління туризмом.

Актуальність. Формування ринкових відносин в Україні, подолання економічної кризи потребує структурної перебудови національної економіки, зміни традиційних пропорцій між її галузями. Пріоритетний розвиток при цьому повинні одержати не тільки галузі промисловості, продукція яких дозволить задовольнити потреби людини, але й невиробнича сфера. Більшість розвинених країн вже пройшли цей шлях.

Україна сьогодні стоїть на роздоріжжі перед своїм стратегічним вибором. Але однією із найголовніших проблем розвитку України є нестача грошових коштів. Для вирішення цього проблемного питання можна розглядати розвиток туристичної галузі, як варіант залучення до країни грошових коштів за рахунок туристів та часткового вирішення нагальних соціальних питань.

Результати досліджень. Специфіка туристичної послуги обумовлює наявність значної кількості елементів, їх ієрархічність відповідно до обсягів діяльності, забезпечення виробничими потужностями і рівня розвитку матеріально-технічної бази, а виробничо-технологічні, інформаційні, організаційно-управлінські, фінансово-економічні зв'язки об'єднують зазначені елементи в галузі, що виступають структурними компонентами індустрії туризму.

В останні роки хрестоматійними вже стали відомості про те, що туризм за доходами посідає друге місце у світі, поступаючись лише нафтовій промисловості.

Невипадково вперше в історії України Уряд проголосив туризм одним з пріоритетних напрямків розвитку національної економіки, адже туристичний бізнес визнано ще й одним з найбільш високорентабельних і швидкоокупних. Визнанням ролі та місця України у світовому туристичному співтоваристві стало її

обрання до складу Виконавчої ради Всесвітньої туристичної організації — керівного органу цієї міжнародної установи, структурного підрозділу ООН.

Це надало поштовх нашій країні активніше інтегруватися в міжнародний туристичний простір і сприятиме розвитку в Україні різноманітних видів туризму, підвищенню економічної ефективності та посиленню соціального спрямування в галузі.

Таким чином, системний і стратегічний підхід до розвитку туризму забезпечує не лише його підняття, а й зростання усієї економіки. Тобто можна з повною впевненістю говорити, що туризм, як і інновації, можуть виступити «локомотивом» економіки України. Цим шляхом пішло досить багато країн з розвинутими економіками (США, країни Західної Європи, Австралія, Нова Зеландія), і країни, які перебувають на шляху розвитку (країни Центральної Європи, Прибалтики, Туреччина, Малайзія та інші).

Сьогодні туризм розглядається не лише як виїзд особи за межі свого проживання з метою відпочити і побачити нове, а й як використання туристичних ресурсів, що передбачає створення, пропонування та реалізацію товарів і послуг, спрямованих на задоволення законних прав, інтересів і потреб подорожуючих. Таким чином, туризм поєднує у собі категорії «туристичні ресурси», «туристична галузь» та «туристична інфраструктура», утворюючи таку системну категорію, як «туристичний комплекс».

Таким чином, внутриконтинентальні вертикальні зв'язки лежать в основі виділення функціонально-компонентної (галузевої) структури індустрії туризму.

Формування національного ринку туристичних послуг може відбуватися під дією як внутрішніх, так і зовнішніх потреб. Стабільність національного ринку гарантується, перш за все, потребами внутрішніми, тобто потребами населення країни в відпочинку і змістовному проведенні дозвілля в подорожі. Обсяг цих потреб, їх структура, ритміка визначаються сукупною дією об'єктивних умов та суб'єктивних чинників, які саме й характеризують умови та стиль життя населення.

Наявність мотивації залежить не тільки від демографічних характеристик споживача, зокрема рівня освіти та рівня життя, що впливають на поінформованість і формують попит, а й від можливостей національного ринку країни не тільки задовольнити цей попит, а й сприяти виникненню мотивації, формувати та підтримувати її.

Задоволення туристичних потреб, які створюються на зовнішніх ринках, також залежить від стабільності національного тури-

стичного ринку, від його здатності створювати різноманітний туристичний продукт, стимулюючи попит.

Таким чином, національний туристичний ринок створюється внутрішнім та зовнішнім попитом і внутрішньою пропозицією, просторово-часова збалансованість між якими забезпечується національною індустрією туризму.

Сутність державної туристичної політики полягає в стимулюванні потреб населення в послугах туризму, в протекціонізмі туристичній діяльності в сфері малого і середнього бізнесу шляхом створення правових основ та нормативної бази, сприятливого фінансового механізму, проведення фінансово-економічного регулювання, спрямованого на розвиток ринкових структур і поживлення ринкової діяльності суб'єктів туристичного ринку, спрощення туристичних формальностей, цілеспрямованої підготовки кадрів та проведення науково-дослідної роботи в цій сфері. Державна туристична політика є комплексом заходів правового, економічного і організаційного порядку, підкріплена відповідними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку. Регуляторними каналами впливу є законодавчо-нормативний, податковий, валютно-фінансовий, інформаційний, управлінський. Ефективність державної туристичної політики відбивається в змісті туристичного процесу і позначається місцем, яке займає в ньому національний туристичний ринок, та прибутковістю індустрії туризму, її прямим та опосередкованим внеском у національну економіку.

Одним із шляхів вирішення проблем розвитку туризму є створення відповідних умов для туристичних фірм, що працюють на внутрішньому ринку. Досвід зарубіжних країн вказує на те, що внутрішній ринок туризму повинен мати пільговий режим оподаткування і ця проблема повинна вирішуватись першочергово. Важливим напрямком роботи є створення туристичної інфраструктури, в першу чергу, створення умов для комфортного відпочинку та розваг, оздоровлення та ін.

Для підвищення ефективності використання готельного господарства необхідно сприяти подальшому розвитку внутрішнього туризму. Паралельно з цим потрібно якнайшвидше вирішувати проблеми функціонування діючих готелів, як цілісних комплексів. На жаль, ще багато таких, що спроектовані та зведені в системі з відповідною інфраструктурою (ресторани, бари, магазини, автостоянки), а у теперішньому стані функціонують як окремі господарські об'єкти з розірваним циклом виробництва.

Крім того в найближчий час необхідно завершити роботу щодо сертифікації готельних послуг, тобто впровадження «зіркової» системи класифікації, яка є найпоширенішою у світі, ідентифікації рівня та класу готелів. Це дозволить Україні увійти до міжнародної системи готельного бізнесу, що сприятиме поширенню ділових та туристичних зв'язків на регіональному та міжнародному рівнях.

Тобто необхідно розбудовувати галузь і робити це слід у комплексі з розв'язанням нагальних питань, як на макро-, так і мікроекономічному рівнях.

Серед позитивних факторів впливу туризму на економіку необхідно визначити наступне: збільшення надходжень іноземної валюти, внесок у платіжний баланс, збільшення доходів населення, зростання зайнятості, розвиток економічної структури та сфери послуг, збільшення бюджетних платежів.

Функціонування індустрії туризму можливе лише у взаємодії з усіма функціонально-компонентними та функціонально-територіальними елементами суспільно-географічного комплексу, структурною одиницею якого вона є. Взаємодія і взаємозв'язок прослідковується по всіх каналах: ресурсно-сировинному, ресурсно-товарному, фінансовому, трудовому, інформаційному, управлінському, що дозволяє розглядати соціально-демографічні та господарські структури в складі територіально-господарської підсистеми індустрії туризму. Ці структури та їх компоненти є умовами функціонування, впливають на територіальну організацію і можуть використовуватись як туристичні ресурси. Слід зазначити, що при оцінці рівня розвитку, сформованості і особливостей функціонування національної індустрії туризму слід враховувати її, так би мовити, «стартові позиції», представлені історичними умовами такого формування. Індустрія туризму є структурною одиницею певної соціально-економічної системи, що формувалась в певних історичних умовах на певній території. До властивостей території слід віднести: географічне положення, природні умови та ресурси, етнос як географічне явище, сформоване історично в певному ландшафті і представлене соціальною спільністю та автентичністю людей, об'єднаних системою етнокультурної інформації, що зафіксована в мові, культурі, побуті, поведінці, психічному складі та самоназві. Таким чином, етнос, адаптуючись до конкретних умов території, формує свою традиційну культуру і систему господарювання, тобто відповідний господарсько-культурний тип. Цей господарсько-культурний тип у подальшому, під дією загального цивілізаційного поступу, нау-

ково-технічного прогресу зазнає певних трансформацій, позначених інноваціями.

Тобто, за нормальних (мирних) умов розвитку швидкість та напрямок інновацій визначає рівень комунікативності, а сприйняття інновацій залежить від культурного бар'єру.

В галузі туризму компоненти та елементи соціально-демографічної структури, представлені населенням з властивими йому демографічними характеристиками, системою розселення та господарювання, є одночасно туристичними ресурсами, трудовими ресурсами та споживачами туристичного продукту. Як будь-яка складова національного господарства, туристична галузь споживає енергію, що забезпечується паливно-енергетичним комплексом, сировину та матеріали (комплекс по виробництву конструкційних матеріалів), воду (водогосподарський комплекс). Для безпосереднього функціонування розвиненої туристичної галузі необхідні матеріально-технічна база, що створюється будіндустрією, продукти харчування, що постачаються АПК, транспортні засоби та транспортна мережа, ремонтна та будівельна база, трудові ресурси певної кваліфікації. Отже, з одного боку, господарський комплекс території сприяє розвитку туризму, а з іншого, туризм впливає на розвиток господарського комплексу через створення попиту на певні товари та послуги. Між господарством та галуззю туризму існують тісні зв'язки. Саме це дає змогу виділити галузі виробництва, що безпосередньо впливають на розвиток та функціонування туристської сфери.

Таким чином, серед галузей, що забезпечують функціонування туристської сфери, можна виділити галузі регіональної орієнтації (народні промисли, будівництво, деякі види АПК та невиробничої сфери, галузі промислового виробництва), що мають широкі розгалужені зв'язки, дальність яких обумовлена техніко-економічними характеристиками, та галузі місцевої орієнтації (сфера обслуговування населення, приміський АПК, галузі соціальної сфери). За тіснотою зв'язків і відповідними напрямками мультиплікаційних впливів галузі господарського комплексу можна поділити на ті, що працюють на всю індустрію туризму (будівництво, галузі невиробничої сфери тощо), і ті, що працюють на певні галузі індустрії туризму (АПК — харчування, транспорт — транспортні послуги, культура, мистецтво — екскурсійне обслуговування та організація дозвілля тощо). Загальною закономірністю розвитку індустрії туризму слід вважати залежність від рівня соціально-економічного розвитку країни: високий і стабільний розвиток економіки здатен забез-

печити стабільний розвиток індустрії туризму, а розвинена індустрія туризму створює турпродукт, який за своїми змістовними, кількісними та якісними параметрами не тільки відповідає вимогам споживачів, а й певною мірою формує ці вимоги, стандартизуючи складові турпродукту.

Саме лідерські позиції, основані на пріоритетності розвитку туризму в національній економіці і, відповідно, його частці на світовому туристичному ринку, який займає та чи інша країна, тобто позиції, забезпечені відповідним турпродуктом, приваблюють туристів і забезпечують стабільні надходження від цього виду діяльності до національної економіки. Таким чином, простежується така взаємозалежність: рівень соціально-економічного розвитку країни впливає на рівень життя населення і відповідні запити до турпродукту, високий рівень споживання туристичних послуг на національному ринку, завдяки туристичній привабливості, надає стабільні та зростаючі надходження від туризму до національного бюджету, які сприяють підвищенню рівня соціально-економічного розвитку країни.

Споживання національного туристичного продукту, забезпечується суб'єктами ринкової діяльності, а його рівень характеризує ефективність діяльності національного туристичного ринку: чим різноманітніший продукт здатна створювати національна індустрія туризму, тим ефективнішою як в економічному, так і в соціальному плані є її діяльність, тим більшу роль відіграє країна в світовому туристичному процесі.

Слід зазначити, що ємкість ринку туристичних послуг на сьогодні є досить значною та відносно сталою, тому, найважливішим зараз є не збільшення цієї ємкості, а спрямування зусиль на розв'язання нагальних проблем галузі туризму в Україні, підвищення якості туристичних послуг.

В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному, а більшість — в Internet-форматах, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспортні перевезення у режимі реального часу — «on-line». Останнім часом у галузі інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення, тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутня відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги; тим часом як у Росії, наприклад, яка, за прогнозами ВТО, у 2020 р. увійде до десятки найбільш відвідуваних країн світу, вже сьогодні функціонує близько 40 державних і приватних навчальних закладів підготовки кадрів для туризму). В нашій державі також поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду.

Відставання масштабів (навіть порівняно з середніми показниками по СНД) нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні.

Отже, підсумовуючи все вищенаведене, приходимо до досить простого, але водночас вирішального висновку. Так, можна з впевненістю стверджувати, що в галузі туризму проблемним сьогодні є неефективне та нерациональне використання відповідних ресурсів, сьогоднішній рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру, складаючись, у свою чергу, з багатьох інших, більш конкретних питань.

Головними зовнішніми факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є несподіваність економічних реформ, несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля (і в тому числі — правил і умов перетинання кордонів іноземцями) і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму — як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат).

Несприятливість бізнесового клімату спричинила той факт, що з майже 3 000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини. Ситуація, що склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної його якості.

Як вже зазначалося, саме ці зовнішні та внутрішні фактори можуть бути базою, на основі якої розроблятимуться пропозиції

щодо виходу галузі з кризового становища та слугувати вказівниками подальших напрямків її розвитку.

При впровадженні Закону України «Про туризм» його метою визначалося створення правової бази для становлення туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян, забезпечення зайнятості населення, збільшення валютних надходжень, захист законних прав та інтересів туристів і суб'єктів туристичної діяльності, визначення їх обов'язків і відповідальності. Як бачимо, пройшло вже понад 5 років, а ситуація в туристичній галузі реально не змінилася. Тому можна дійти до цілком логічного висновку, що вся створена система органів, видана кількість законів, розпоряджень, указів є черговою жертвою бюрократизму в нашій державі. І саме це є головною проблемою сьогодення у суспільстві. Не можна вважати, що, видавши пару законів, ситуацію можна змінити на краще. Доки не прийде усвідомлення у потребі туризму як провідної галузі економіки, ніяких змін на краще не відбуватиметься.

Всі плани, програми та проекти щодо розвитку туристичної індустрії повинні бути максимально зорієнтовані не тільки на створення належних умов для туристів, а й на забезпечення високого комфорту проживання корінних жителів регіону. Іншими словами, розвиток туристичної галузі треба розглядати як фактор стабілізації місцевих ринків праці та розширення зайнятості населення.

Регулювання туристської діяльності повинне поєднувати в собі саморегулювання, засноване на законах вільного ринку, і державне регулювання в особливо важливих питаннях і, зокрема, що стосуються законотворчості. Проте дуже жорстке державне регулювання і велика кількість законів можуть привести до підвищення цін, обмеження асортименту, зниження інновацій і конкуренції у галузі міжнародного туризму.

Висновки. Якщо розглядати альтернативи, що існують сьогодні перед українським туризмом, то є лише два шляхи, тобто два сценарії подальшого перебігу подій. Саме зараз відбувається той вирішальний момент, від якого залежить майбутнє українського туризму, коли з'ясується, чи стане туризм однією з головних статей доходу у бюджеті, як це відбувається у більшості цивілізованих країн світу, чи залишиться на тому ж рівні, на якому він існував до сьогодні. Все це визначається тими орієнтирами, що будуть закладені в політику розвитку туризму, а також тим, на кого буде спрямований та орієнтований наш ринок туристичних послуг. Таким чином, стоїть альтернатива: чи робити акцент на

іноземного споживача, чи підняти на новий рівень внутрішній туристичний процес.

Якщо орієнтуватися, насамперед, на іноземного споживача, то це потребуватиме серйозного перегляду всієї суті самого поняття, вітчизняної туристичної послуги як такої. Помилкова думка, що при наявності сучасного рівня комфорту на кількох туристичних об'єктах в цілій державі можна істотно змінити ситуацію. Адже іноземний турист їде в Україну, насамперед, за враженнями, і готовий платити за них, у державу, а не в ізольований від неї туристичний об'єкт. За оцінками фахівців, за останні 4 роки наші можливості по прийому іноземних туристів використані на 20 %.

Тобто, слід обрати, чи форсованими темпами довести рівень туристичного комфорту до міжнародних стандартів, чи поступово налагоджувати сервіс та реанімувати внутрішній туристичний процес. Зрозуміло, що така постановка питання є досить умовною, але на рівні концептуального обґрунтування програм на найближчу перспективу перевагу слід віддати другому варіанту. Звичайно, це не означає, що при цьому треба ігнорувати вигоди від міжнародного туризму. Йдеться, насамперед про те, щоб піднятися на ноги за рахунок власних споживачів, і тоді вже, маючи відповідну базу, прагнути максимізувати свої досягнення на світовому рівні.

Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток туризму, залежить все його майбутнє, зокрема майбутнє економічного зростання та успішної інтеграції в світовий туристичний простір.

Література

1. Галицькі контракти. — № 22, травень 1999 р.
2. Закон України «Про туризм» (N 324/95-ВР) від 15.09.1995 р.
3. Д. Прейгер, І. Малярчук. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України. — № 6 (червень). — 2001. — № 20—28.
4. Конкурентоспроможність української економіки : орієнтири макроролітики в кризових умовах // Економіка України. — № 4 (квітень). — 1999. — С. 4—14.
5. В.Цибух. Туризм в Україні // Економіст. — № 6 (June). — 2000. — С. 34—35.

Стаття надійшла до редакції 26.06.2009 р.