

11. Шинкин Н.А. Управление популяцией (на примере тетерева *Lyrurus tetrix* L.) / Н.А. Шинкин, Е.И. Спицына // Биопроизводительность и биоценотические связи наземных позвоночных юго-востока Западной Сибири : науч. статьи. – Томск, 1989. – С. 3-19.

УДК 338.48

Доц. Н.А. Свелеба, канд. екон. наук;
аспір. М.М. Бізус – Львівська КА

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ЗМІН РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Розглянуто актуальні проблеми туристичного бізнесу України та їхні динамічні зміни, які зумовлені впливом світової фінансової кризи. Відповідно до наявних кризових явищ в туристичному бізнесі, запропоновано напрями комплексного вирішення існуючих проблем.

Assoc. prof. N.A. Sveleba; post-graduate M.M. Bihus – L'viv commercial academy

Topical problems of tourist business in conditions of dynamic changes market environment

The article examines topical problems of tourist business in Ukraine its dynamic changes which are caused by influence world financial crisis. According to existing crisis phenomena in tourist business we offered directions of complex solution of existing problems.

У сучасних умовах у світовому масштабі розвиток туристично-рекреаційної галузі є одним з найбільш динамічних, що обумовлено процесами глобалізації, підвищенням стандартів життя в економічно розвинених країнах, масштабними інвестиціями у привабливі туристичні регіони, підвищенням мобільності населення.

Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпечення природними та антропогенними туристично-рекреаційними ресурсами, що потенційно здатні сформувати істотну зацікавленість вітчизняних та іноземних туристів. За даними Світового економічного форуму, у 2007 р. у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посіла лише 78 місце, тоді як Чехія – 35, Угорщина – 40, Литва – 51, Польща – 61 місце.

Розвиток туристично-рекреаційної галузі протягом останніх років у країні загалом характеризується позитивною динамікою, збільшенням показників внутрішнього та в'їзного туристичних потоків. Зокрема, протягом I півріччя 2008 р. туристичні підприємства надали послуги 2,3 млн туристів (на 7 % більше, ніж у I півріччі 2007 р.) та 918,7 тис. екскурсантів (на 51 % більше), зокрема за видами туризму:

- в'їзний – 245,5 тис. осіб (на 25 % більше, ніж у I півріччі 2007 р.);
- виїзний – 950,6 тис. осіб (на 24 % більше, ніж у I півріччі 2007 р.);
- внутрішній – 1,1 млн. осіб (на 8 % менше, ніж у I півріччі 2007 р.).

Структура туристичних потоків в Україні є позитивною і свідчить про істотне переважання внутрішнього та в'їзного туризму, які сумарно сформували 88,4 % усіх туристів. Таким чином, туристично-рекреаційна галузь у країні забезпечує реалізацію своїх основних функцій – створення нових робочих місць (зокрема, для вразливих верств населення), підвищення доходів

громадян, збільшення доходів бюджетів, зменшення соціальної напруги у туристично-рекреаційних місцевостях, стимулювання розвитку супутніх галузей, активізація інвестиційної діяльності в галузі, розроблення нових туристичних продуктів та підвищення якості існуючої пропозиції послуг.

Туризм в Україні має бути, бо на це є грандіозний потенціал, що може давати 4 млрд доларів щороку до Державного бюджету. Сьогоднішній стан розвитку туризму, не адекватний природо-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України.

Основними причинами цієї ситуації є невирішені внутрішньонаціональні проблеми в галузі туризму, до яких варто віднести:

- недостатній рівень розвиненості безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Треба пам'ятати, що виробнича база галузі формувалася, в основному, за радянських часів з орієнтацією переважно на невибагливого туриста, тому серед об'єктів інфраструктури переважають великі комплекси, зі значною концентрацією місць та низьким рівнем комфортності. Потрібно також відзначити, що в Україні лише близько 15 % готелів відповідають міжнародним стандартам, серед них станом на 2000 р. не було жодного п'ятизіркового, і тільки шість мали чотири зірки. Зараз ситуація поступово змінюється, вже існує сім п'ятизіркових та 58 чотирьохзіркових готелів, але до стабілізації ситуації ще далеко, оскільки вона на цьому етапі підсилилась ще й фінансово-економічною кризою. На щастя, усвідомлення цього як важливої проблеми галузі вже існує у державі;
- про стан українських шляхів говорити взагалі не доводиться. Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів (МТК). За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, зв'язаними з МТК).
- відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з просування туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. Так, у 2007 р. у Національному бюджеті на рекламну кампанію України як туристичного об'єкта було передбачено 9,5 млн грн, отримано ж лише 5,5 млн грн, у 2008 р. заплановано 20 млн грн, отримано не більше 12,5 млн грн, та і цього звісно не достатньо. Тому абсолютно зрозуміло, що за кордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. І хоча ще в 1999 р. в нашій країні було створено власну інформаційну систему (UTIS), вона значною мірою носить комерційно-інформаційний, а не іміджовий характер. Зовсім інакше за кордоном. Наприклад, Великобританія, котру і так не має особливої потреби рекламувати, витрачає на ці цілі 80 млн фунтів стерлінгів. На перший погляд здається, що це марнотратство. Але, як було підраховано, кожен вкладений в рекламу фунт дає дохід від залучених туристів у 27 фунтів. Тому спрямування переважної частини коштів на рекламу України по всьому світу та її широкі туристичні можливості, на нашу думку, буде правильним рішенням.
- технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовують туристичні технології, які в розвинених країнах набули ознак повсякденного вживання: електронні, інформаційні довідники щодо готелів, транспортних мар-

шпругів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які вони надають; у світі практично всі довідники з туризму випускають в електронному, а більшість – у Internet-форматах, що дає їхнім користувачам змогу бронювати місця в готелях і на транспортні перевезення у режимі реального часу – "on-line". Хоча варто відзначити, що останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне поживавлення. 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 лише починає формуватися система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги. Перші позитивні кроки у вирішенні цієї проблеми уже зроблено, поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямку.
- відставання масштабів нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні.

Головними зовнішніми чинниками, які стримували і продовжують стримувати розвиток туризму в Україні, є млявість економічних реформ, несприятливість наявних умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля і, як наслідок, – відсутність потрібних інвестицій для розвитку туризму – як внутрішніх, так і іноземних. Несприятливість бізнесового клімату, яка посилилася ще й фінансово-економічною кризою, спричинила таку ситуацію, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини. А якщо додати до цього ще й не підйомний тягар податків і відсутність будь-яких преференцій з боку держави, то виходить взагалі повний букет.

Саме ці зовнішні та внутрішні чинники можуть бути базою, на основі якої розроблятимуться пропозиції щодо виходу галузі з кризового становища та слугувати вказівниками подальших напрямків її розвитку. І цими проблемами не можна нехтувати, адже Україна, з її унікальним історичним минулим, з її неповторним мальовничим ландшафтом та гостинними людьми, є ідеальним простором для розвитку туризму.

Поряд з цими проблемами виникли додаткові труднощі, пов'язані з поширенням глобальних кризових явищ, що знайшли своє відображення на результатах діяльності туристичної галузі кінця 2008 – та початок 2009 рр. Безсумнівно, 2008 р. запам'ятають як рік рекордного зростання цін на товари і послуги, падіння внутрішнього попиту через уповільнення зростання доходів населення та ускладнення доступу до фінансових ресурсів.

За даними Державного Комітету статистики, у 2008 р. індекс споживчих цін знизився і становив 22,3 %, що є найвищим показником за останні 7 років. Рівень зареєстрованого безробіття загалом по країні становить 3,2 % населення працездатного віку. Така ситуація відобразилася на результатах діяльності туристичної галузі.

Власне про це свідчать результати телефонного опитування громадян України, які проживають у таких містах, як Дніпропетровськ, Донецьк, Київ,

Львів та Одеса з приводу, на які саме товари і послуги вони планують скоротити свої витрати в 2009 р. З даних таблиці ми бачимо, що в основній групі ризику опинився відпочинок та розваги. Заощаджуватимуть українці і на предметах повсякденного попиту, продуктах харчування, ремонті та оплаті житла. Так чи інакше падіння купівельного попиту позначиться на всіх без винятку споживчих ринках, спровокувавши при цьому новий виток кризи в Україні.

Табл. Географія економії, або на які товари або послуги українці планують скоротити витрати в 2009 р., %

	Дніпропетровськ	Донецьк	Київ	Львів	Одеса
На все потроху	25	29	26	26	29
Відпочинок та розваги	24	8	16	16	22
Побутова техніка	9	18	16	18	17
Предмети повсякденного попиту	17	9	4	3	10
Харчі і безалкогольні напитки	4	11	4	4	13
Поточний ремонт житла	4	4	2	6	8
Житло/оплата комунальних послуг	2	4	4	3	5
Алкоголь і тютюн	1	3	2	5	3
Одяг і взуття	1	3	2	4	3
Транспорт	1	1	5	3	2
Витрати на утримання автомобіля	1	2	2	1	2
Оздоровчі послуги, перукарні, косметологи тощо	1	1	1	1	2
Медичні послуги/ліки	0	1	0	0	1
Послуги зв'язку	2	1	2	1	2
Освіта	1	1	1	1	1
Інше	1	2	4	3	1
Ні на що не скорочуватиму	5	5	8	9	10
Важко відповісти	12	12	8	11	7

Проблеми, які існують на цей час в туристичному бізнесі, потребують вирішення як на макрорівні, мезорівні, так і на мікрорівні. На макрорівні це стосується механізмів державного регулювання, які повинні бути спрямовані на стабілізацію економічного середовища в країні; на мезорівні – раціональне використання туристичного потенціалу території та підтримка місцевими органами влади, можливостей мобілізації наявних і прихованих резервів для утримання даного бізнесу в умовах кризи; на мікрорівні – пошук інструментів, заходів та швидке реагування на прояви негативних тенденцій в економіці та галузі.

Крім цього, усі чинники впливу на комплексний розвиток туристичного бізнесу потрібно згрупувати так: адміністративно-регуляторного характеру; соціально-економічного характеру; природоохоронного характеру. Таке групування дасть змогу чітко визначити напрями покращення стану туристичного бізнесу України. Одним із перших напрямів є вдосконалення адміністративного та нормативно-правового регулювання:

1. Вироблення системного підходу до планування, реалізації та моніторингу програм та стратегій розвитку туристично-рекреаційного комплексу України;

2. Усунення суперечностей чинного законодавства щодо оподаткування туристичних послуг, порядку використання територій курортного, природоохоронного призначення тощо;
3. Правове регулювання пільгового кредитування діяльності малого та середнього бізнесу в галузі туризму та рекреації;
4. Сприяння підприємницьким ініціативам вразливих верств населення (молоді, жінок, осіб з особливими потребами);
5. Врегулювання (уніфікація) процедури маркування туристичних маршрутів, запровадження єдиної національної системи маркування;
6. Покращення державної статистичної звітності галузі з метою врахування показників діяльності як юридичних, так і фізичних осіб у туристично-рекреаційній сфері.

До напрямів економічного характеру належать:

1. Покращення ефективності маркетингових заходів на регіональному рівні з метою сприяння формуванню та просуванню конкурентоспроможного туристичного продукту;
2. Вироблення заходів для детінізації функціонування галузі (в т.ч. посилення контролю місцевих органів влади за діяльністю закладів);
3. Сприяння створенню спеціалізованого автотранспортного бізнесу з надання трансфертних послуг (придбання великих сучасних автобусів для обслуговування великомасштабних туристичних груп);
4. Сприяння пошуку інвесторів для розбудови інженерної інфраструктури для покращення доступності туристично-рекреаційних територій.

Рекомендації природоохоронного характеру:

1. Вдосконалення механізму затвердження курортів державного та місцевого значення;
2. Інвентаризація природних ресурсів туристично-рекреаційного призначення, їх паспортизація та створення їх регіонального реєстру;
3. Встановлення диференційованих норм туристичного навантаження на рекреаційні території та запровадження екологічної плати за їх використання.

Отже, проаналізувавши ситуацію в туристичній галузі України, ми спробували виокремити її головні проблеми та спробували відшукати шляхи виходу з кризи.

Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає підвищувати свої показники. Але не можна зупинятися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, – і життя України загалом.

Література

1. Школа І.М., Вдовівен А.А., Ореховська Т.М. та ін. Стратегія розвитку підприємств невиробничої сфери регіону : навч. посібн. / за ред. І.М. Школа, А.А. Вдовічен. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 288 с.
2. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник / за ред. В.Ф. Орлова. – К. : Вид-во "Грамота", 2006. – 264 с.: Бібліограф. – 260 с.
3. Хомяков В. Рік економії // Контракти. – 2008. – № 51-52. – С. 34-35.
4. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php>
5. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.insat.org.ua>.