

ЕКОНОМІЧНА КРИЗА У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

У статті розглядається питання щодо шляхів подолання економічної кризи у туристичній галузі України.

В статье рассматривается вопрос о путях преодоления экономического кризиса в туристической отрасли Украины.

The article is contained the questions about directions of negotiation of economic crisis in tourist branch of Ukraine.

Постановка проблеми. Ефективне функціонування рекреаційно-оздоровчої сфери є одним із найважливіших чинників соціально-економічного розвитку будь-якої країни, визначає якість життя в умовах глобалізаційних тенденцій у світовій економіці. Зростання зацікавленості світової спільноти організованим комфортним відпочинком, туризмом, рекреацією й лікуванням в умовах відкритості національної економіки ставить нові стратегічні орієнтири для сталого розвитку курортного господарства на Україні.

За сучасних умов ринкових трансформацій, з огляду на чинники, які беруть витоки зі світової фінансової кризи з проекцією на національну економіку, її фінансову, кредитну системи, економічні досягнення суб'єктів курортного господарства значною мірою залежать від ефективності внутрішньогосподарського управління. [1, с. 75].

Для вирішення проблем туристичної галузі України, значна частина яких є наслідком світової економічної кризи, слід обов'язково вирішити питання зменшення ПДВ для галузі, стимулювання нових інвестиційних проектів і, нарешті, створення ефективно діючого органу влади в сфері туризму. Необхідні законодавчі ініціативи вже давно сформульовані – успіх залежить в рівній мірі від здатності професійних структур відстоювати інтереси туристичної індустрії та від бажання вищих ешелонів влади нарешті сформувати системні рішення в справі держуправління туризмом та курортами.

Тому дуже важливим є теоретичний аналіз та з'ясування особливостей економічної кризи у туристичній галузі України та шляхів її подолання.

Аналіз останніх публікацій. Питання щодо з'ясування особливостей економічної кризи у туристичній галузі України та шляхів її подолання є актуальним для України і знайшло відображення в багатьох наукових працях. Так, розгляду цієї проблеми присвятили свої праці наступні

українські учені: Л. Агафонова, В. Гуменюк, О. Дроздовська-Ілмаз, З. Крамар, В. Лобанова, В. Мазур, А. Марченко, С. Соломенко, О. Сорокрой, І. Чубей та ряд інших. Разом з тим проблема осмислення особливостей економічної кризи у туристичній галузі України та шляхів її подолання залишається недостатньо дослідженою. Таким чином, необхідність дослідження цієї проблеми, з одного боку, та недостатнє її пророблення, з іншого – зумовили і визначили завдання та зміст даної статті.

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування та осмислення особливостей економічної кризи у туристичній галузі України та шляхів її подолання.

Виклад основного матеріалу. Оскільки в цьому році спливає термін діючої сьогодні Державної програми розвитку туризму, розрахованої на період з 2002 по 2010 рік, необхідно приймати новий документ. Форми державної опіки можуть проявитися в конкретній допомозі в просуванні турпродукту на ринках, покращення якості загальної інфраструктури. Для створення якісного національного турпродукту якість музейних експозицій та театральних постановок, доглянутість природних територій та якість інфраструктури мають не менш важливе значення, ніж комфортні й доступні за ціною готелі та смачна їжа в ресторанах.

За ініціативою Федерації спортивного туризму Рада з туризму та курортів оголосила 2010 рік – роком активного туризму. Це означає, що на ринку з'явиться більше комплексних пакетних програм гірських подорожей, сплавів по річках, кінних турів, велосипедного та автотуризму. Не кажучи вже про зимній відпочинок на лижах. Аналіз попиту на споживацькому туристичному ринку показує, що активні форми відпочинку все більш затребувані та часто є однією з основних мотивацій поїздки. Власникам та директорам готелів слід уважно попрацювати над «меню» активного відпочинку, яке пропонує готель – тут і джерела додаткового доходу, і імідж готелю, а головне – потужний механізм, який може позитивно вплинути на завантаження.

2009 рік підтвердив правильність стратегії, спрямованої на системний розвиток пов'язаного з подіями туризму – програма Ради з туризму та курортів «Культурна столиця українського туризму» продемонструвала свою ефективність на прикладі Львову. Завдяки серії фестивалів та культурних акцій, добре представлених в українському медіапросторі, міські готелі отримали значну кількість додаткових ночей протягом усього року, місто значно зміцнило свій імідж туристичного центру на ринках України і, певною мірою, Росії та Польщі. У 2010 році ця програма буде продовжена – і, незалежно від того, яке місто отримає статус «Культурної столиці туризму», прийшов час активно просувати на ринку будь-які якісні події – спортивні, культурні, кулінарні. Однією з задач, яку хотілося б розв'язати у поточному році, є створення системного інформаційного проекту, який би просував такі події – Рада з туризму звернулася до керівництва ряду телекомпаній, масових видань та Інтернет-

порталів із проханням підтримати проект національного календаря подій. Тут дуже би допомогла державна підтримка. В будь-якому випадку готелям слід активніше працювати як із проектами, що вже відбулися, так і з новими ідеями – світовий досвід переконливо доводить перспективність цих зусиль. [4, с. 17].

Рада з питань туризму та курортів вже звернулася до уряду з пропозицією підтримати цілий комплекс професійних заходів, спрямованих на покращення іміджу країни на світовому туристичному ринку.

Серед цих програм у першу чергу можна виділити такі:

- створення корпусу «Послів українського туризму»;
- проведення щорічної виставки-форуму Visit Ukraine, що комплексно представляє для вітчизняних та зарубіжних туристичних компаній туристичний потенціал регіонів України;
- створення нового Інтернет-ресурсу для міжнародної аудиторії Discover Ukraine;
- розкручування порталу центрів туристичної інформації;
- підтримка у виданні серії путівників «Прогулянка по Україні» та інших подібних видань іноземними мовами;
- проведення конкурсів для вітчизняної та іноземної преси на кращу популяризацію українського туристичного потенціалу.

Хотілось би більш детально зупинитися на програмі Ради з питань туризму та курортів зі створення корпусу туристичних послів України. Вона передбачає, що практично по всій планеті почнуть діяти агенти української туріндустрії – люди, які мають професійну або особисту мотивацію до того, щоб розповсюджувати позитивну інформацію про Україну та її туристичні можливості. Це можуть бути власно керівники шанованих туркомпаній, в яких наша країна в числі пріоритетних напрямків. Послом українського туризму можуть стати спортсмени, діячі культури та науки, бізнесмени – всі ті люди, які мають авторитет та певні організаційні можливості, які дозволять проводити заходи, створювати інформаційні приводи, писати статті та давати коментарі ЗМІ.

Один з обов'язків Посла українського туризму – проводити в своїй країні не менш однієї інформаційної акції на квартал – чи то організація презентації країни, виставки фотографій, концерту або просто проведення електронної розсилки інформаційних матеріалів.

Послами туризму можуть бути і наші громадяни, і іноземці. Важливо, щоб вони постійно проживали за рубежом і мали достатній авторитет та можливості для гідної презентації України.

Передбачається, що послы туризму в кожній із країн будуть знати про роботу один одного, координувати свою діяльність між собою та співробітничати з офіційними представництвами України – посольствами, торгово-економічними місіями. Ось тут і можуть трапитися в нагоді друковані матеріали – брошури, путівники, плакати, які МЗС збирається

розповсюджувати через мережу українських дипломатичних представництв.

Основним інформаційним інструментом, який Рада з питань туризму та курортів планує сьогодні надати для потреб послів українського туризму, стане Інтернет ресурс Discover Ukraine. Його структура відрізняється від традиційних підходів – у центральній частині сайту буде розташований іміджевий презентаційний альбом-путівник по країні, який представляє найбільш яскраві та привабливі місця для гостей України. Одночасно Discover Ukraine представить каталог найбільш інформативних сайтів, представляючи український туризм та його окремі сегменти та продукти. Окремий розділ представить послів українського туризму у всіх країнах світу. [3, с. 10]

Рада в цьому році планує максимально конкретизувати форми рекламної підтримки готелів на професійному ринку – з більшістю спеціалізованих видань існує домовленість про спеціальні знижки для національних структур, спеціальні умови будуть запропоновані також на всіх основних професійних виставках, насамперед – на виставці-форумі національного турпродукту Visit Ukraine.

Але, безумовно, однією з найбільш ефективних форм реклами і просування готелю буде все ж таки комплексна робота в Інтернеті.

Щодо можливостей та конкретних форм державної рекламної підтримки туризму можна сподіватися на розуміння в роботі з Першим каналом в просуванні регіонів в цілому та пропаганді активного туризму як форми відпочинку. Нажаль, можливості просування за рубежем будуть мінімізовані через брак коштів – але все ж за рахунок хорошої організації та об'єднання ресурсів держави та бізнесу можна було б розраховувати на деякі позитивні результати.

Певний оптимізм існує в питаннях взаємодії туризму з міжнародними організаціями та фондами. GTZ Німецьке бюро технічного співробітництва здійснює проекти підтримки розвитку туристичної економіки в двох регіонах – Криму та Чернівцях, які передбачають цілий комплекс кроків – від стратегічного планування до підтримки ряду рекламних проектів та навчання кадрів у готелях. Наприклад, у Криму та Чернівцях за підтримки німецької сторони планується провести спеціальний тренінг для шеф-кухарів. Буде реалізована спеціальна рекламна кампанія з популяризації Криму на відвідуваних російських та європейських порталах. Продовжаться стажування представників готельного та туристичного бізнесу в США, які підтримуються американським урядом. Уточнюються плани співробітництва з CESCO (Канада) та PUM (Нідерланди) щодо використання західних консультантів для конкретних проектів навчання кадрів та надання прямої консультативної допомоги окремим підприємствам. Готується проект, який передбачає за підтримки уряду Канади поновити та уточнити нормативну базу для туристичної сфери,

наділивши професійні організації певними регуляторними функціями на основі кращого світового досвіду. [4, с. 20].

На масовий ринок рекреаційних поїздок буде впливати «банківський» фактор – надто високий відсоток активної частини населення заліз у довгострокові кредити. Доволі великі обсяги грошей, які в інші часи могли би бути витрачені на відпочинок, заберуть собі банкіри. Це, як не сумно, передбачає тенденцію, що намітилася в цьому році, до скорочення часу канікулярних поїздок та загального обмеження внутрішнього ринку.

Саме тому українській туристичній індустрії треба вживати додаткових заходів на європейському ринку – гривня, яка впала, зробила український турпродукт дещо привабливіше з точки зору ціна-якість. Варто звернути особливу увагу на пакети, що пропонують за рубежом медичні послуги. Висока вартість лікування в більшості країн світу може стати стимулом для певного сегменту споживачів їхати до України. Тут абсолютно необхідно об'єднувати зусилля в просуванні з кращими медичними центрами.

Питання якісного харчування є одним з ключових для вітчизняного готельного бізнесу – саме тут ми маємо максимум дорікань клієнтів. З метою розв'язання цієї проблеми в нинішньому році запланована ціла низка спеціальних акцій, у числі яких – проведення в основних курортних регіонах декількох мастер-класів з питань організації шведської лінії від провідних українських шеф-кухарів.

Фінанси для будівництва та реконструкції будуть головною проблемою. Одним з реальних джерел коштів для готелів можуть стати китайські гроші, але і тут необхідні державні гарантії. [4, с. 19].

Неминуче зменшення продажу: люди не можуть планувати відпочинок на 3-6 місяців вперед. У подібний період туристи починають економити, їдуть на менший термін, у «низький» сезон. Через кризу зміниться структура попиту: зросте інтерес до малобюджетного відпочинку та внутрішнього туризму. У зв'язку з цим Міністерству культури та туризму, без сумніву, треба звернути більше уваги на популяризацію відпочинку у себе вдома, добитися зменшення оподаткування на сферу відпочинку, як це роблять у багатьох країнах хоча б на кризовий період.

У зв'язку з кризою туроператори намагаються адаптувати свої портфелі пропозицій до нових умов. Якщо з початку, залякані загальною економічною ситуацією та звільненнями, люди хотіли відмовитись від відпустки, то тепер вони знов йдуть до турагентств. Що ж вони обирають? Туреччину -- влітку і, традиційно, пляжний Єгипет – взимку. Природно, уряд Єгипту здійснює кроки, щоб допомогти туристичній індустрії. Наприклад, готелі звільнили від сплати туристичних зборів, що непогано було б зробити і в нас. Уряди інших країн також стараються підтримати туристичний бізнес. Так, щоб відновити притік туристів до країни, в

Таїланді на три місяці скасували плату за в'їзні візи (і навіть збираються подовжити терміни дії цього указу). Крім цього, уряд розпорядився істотно знизити ціни на вхідні квитки в національні музеї та парки королівства. Ще одним заходом стане скорочення плати авіакомпаній за паркування лайнерів. [2, с. 15].

Висновки. 1. Основні шляхи подолання кризи в туристичній галузі України можна окреслити наступним чином:

- зменшення ПДВ для галузі;
- стимулювання нових інвестиційних проектів;
- створення ефективно діючого органу влади в сфері туризму;
- державна опіка шляхом допомоги в просуванні турпродукту на ринках, покращення якості загальної інфраструктури;
- збільшення комплексних пакетних програм гірських подорожей, сплавів по річках, кінних турів, велосипедного та автотуризму, зимнього відпочинку на лижах та інших форм активного туризму;
- створення системного інформаційного проекту, який би просував спортивні, культурні, кулінарні події;
- цілий комплекс професійних заходів, спрямованих на покращення іміджу країни на світовому туристичному ринку;
- рекламна підтримка готелів на професійному ринку;
- взаємодія з міжнародними організаціями та фондами;
- проведення в основних курортних регіонах декількох мастер-класів з питань організації шведської лінії від провідних українських шеф-кухарів;
- забезпечення реальних джерел коштів для будівництва та реконструкції готелів (зокрема китайські гроші) шляхом державних гарантій;
- популяризація відпочинку у себе вдома, зменшення оподаткування на сферу відпочинку;
- звільнення готелів від сплати туристичних зборів;
- скасування плати за в'їзні візи;
- зниження цін на вхідні квитки в національні музеї та парки;
- скорочення плати авіакомпаній за паркування лайнерів.

2. Дослідження фінансових умов реалізації концептуальних засад сталого розвитку курортного господарства слугує фактологічною базою для вдосконалення фінансово-кредитного механізму в цьому секторі національної економіки з участю координаційно-управлінських структур, що визначають тип і характер економічних відносин, організаційно-правове регулювання фінансового забезпечення, склад і характер інструментарію управління фінансами курортного господарства. Результати таких досліджень можуть стати основою туристичної політики держави, сприяти поліпшенню соціально-економічної ситуації на Україні та розвитку її економічного потенціалу. [1 с. 81].

Використані джерела інформації:

1. Гуменюк В.В. «Фінансові умови сталого розвитку курортного господарства України» // Фінанси України, 2009, № 4. – С. 75-81.
2. Мазур В. «Отдых в критические дни» // Мир туризма, 2009, № 3. – С. 13-15.
3. «Про государственные целевые программы» // Гостиничный и ресторанный бизнес, 2009, № 2. – С. 8-10.
4. «Украинская туриндустрия: прогнозы, тенденции, события» // Гостиничный и ресторанный бизнес, 2009, № 4. – С. 16-20.

УДК 657.1.012.1

**Кудрицька Ж.В. , к.е.н., доц.
Академія муніципального управління,
м. Київ
О.В. Апарова к.е.н., ас.
Національного авіаційного університету,
м. Київ**

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ

В статті розглянуто деякі проблеми організації обліку та внутрішнього контролю розрахунків з дебіторами підприємств зі значним обсягом документообігу. Запропоновано методологічні підходи до вирішення реальних проблем в аналітичній та практичній роботі бухгалтера в сучасних умовах господарювання.

В статье рассмотрены некоторые проблемы организации учета и внутреннего контроля расчетов с дебиторами предприятий со значительным объемом документооборота. Предложено методологические подходы к решению реальных проблем в аналитической и практической работе бухгалтера в современных условиях хозяйствования.

The article reviews some problems of accounting management and internal settlement of accounts with enterprises' receivables that have a considerable documents circulation. The methodological approaches were brought forward to solve the actual problems in the analytical and practical accouters' work in the up-to-date conditions of management.

Постановка проблеми. На сьогодні одним з важливих і суперечливих питань діяльності українських підприємств є організація внутрішнього контролю дебіторської заборгованості, що пов'язане з існуванням проблем недостатньої організації обліку в структурі господарюючого суб'єкта. На жаль, суб'єкти господарювання на перший план висувають вирішення проблем збільшення обсягів продажу та виробництва, і натомість зовсім не приділяють увагу питанням організації обліку, не зважаючи на те, що саме вона кладе початок налагодженій діяльності підприємства як цілісного