

УДК 338.48

Корнієнко О.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізького національного технічного університету*

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

У статті обґрунтовано, що туристична сфера України має цілу низку проблем, які гальмують розвиток туризму. З'ясовано, що туристичні потоки в Україні мають відносно стабільний розвиток виїзного туризму та стабільну динаміку внутрішніх потоків. Одним із першочергових завдань є створення позитивного туристичного іміджу України шляхом здійснення комплексної рекламно-інформаційної кампанії. Подальший розвиток туризму в Україні потребує застосування нетрадиційних інноваційних підходів до організації управління галуззю як на державному рівні, так і на рівні підприємства.

Ключові слова: туризм, туристичні потоки, імідж, привабливість, туристичні послуги, ринок.

Корниенко О.Н. ПУТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ УКРАИНЫ

В статье обосновано, что туристическая сфера Украины имеет целый ряд проблем, которые тормозят развитие туризма. Выяснено, что туристические потоки в Украине имеют относительно стабильное развитие выездного туризма и стабильную динамику внутренних потоков. Одной из первоочередных задач является создание положительного туристического имиджа Украины путем осуществления комплексной рекламной-информационной кампании. Дальнейшее развитие туризма в Украине требует применения нетрадиционных инновационных подходов к организации управления отраслью как на государственном уровне, так и на уровне предприятия.

Ключевые слова: туризм, туристические потоки, имидж, привлекательность, туристические услуги, рынок.

Kornienko O.N. THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR OF UKRAINE

The article proves that the tourist industry of Ukraine has a number of problems that hamper the development of tourism. Found to tourist flows in Ukraine have a relatively stable development of outbound tourism and stable dynamics of the internal threads. One of the primary objectives is to create a positive tourist image of Ukraine through the implementation of a comprehensive advertising campaign. Further development of tourism in Ukraine requires the use of non-traditional and innovative approaches to the management of the industry both at the state level and at the enterprise level.

Keywords: tourism, tourist flows, image, attraction, tourist services market.

Постановка проблеми. Туризм істотно впливає на економічний розвиток держави та регіонів, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з екологічною рівновагою. Крім того, стимулює розвиток багатьох галузей економіки, таких як будівництво, транспорт, сільське господарство, культура, мистецтво тощо, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією. Враховуючи велике значення туристичної галузі, Україна задекларувала її одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки.

Україна має вагомі об'єктивні передумови, щоб увійти до найрозвиненіших у туристичному відношенні країн світу. Маючи вигідне геополітичне розташування, вона з давніх часів є перехрестям транспортних та людських потоків з півночі на південь та із заходу на схід. Держава володіє значним туристсько-рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, переважно рівнинним ландшафтом, багатством флори і фауни, культурно-історичними пам'ятками, широкою індустрією подорожей і туризму, розвинутою мережею транспортних сполучень. Але разом з тим Україна, маючи усі передумови для розвитку туризму, не приділяла належної уваги розвитку цієї галузі економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням управління сферою туристичних послуг та аналізу соціально-економічного ефекту туризму як засобу залучення інвестицій присвячені наукові дослідження і публікації таких авторів, як А.Ю. Александрова, В.С. Боголюбова, В.А. Квартальнова, М.В. Солодкова, В. Арчера, Дж.М. Кейнса, Х. Клемента, Х. Рюттера, Д. Флетчера та ін. Регіональні аспекти розвитку сфери туристських послуг розкрито

в роботах А.Г. Гранберга, Т.В. Грицюка, С.М. Клімова, В.А. Морозової, І.А. Родионової, Т.І. Ткаченко, А.М. Ходачека, Д.А. Цапука та ін.

Постановка завдання. Завдання дослідження полягає в обґрунтуванні шляхів розвитку туристичної сфери України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристичний бізнес в Україні поступово розвивається, хоча не характеризується стабільним зростанням. У нашій країні існують усі передумови для розвитку туризму: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні. Відповідно, причинами нестабільності є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму в Україні і гальмують розвиток туристичної індустрії [1].

Аналіз туристичних потоків в Україні показує динамічний розвиток в'їзного туризму на протязі останніх 10 років (середньорічний приріст становив 12,6%), відносно стабільний розвиток виїзного туризму (середньорічний приріст 3,8%) та стабільну динаміку внутрішніх потоків (2,7%), що може свідчити про підвищення рівня конкурентоздатності України на міжнародній арені, як це показано на рисунку 1 [2].

Оцінки туристичних витрат різняться. В середньому на добу туристи витрачали в Києві: 263 гривні – у 2012 році; 383 гривні – у 2013 році. Згідно з даними ВТО, іноземцю перебування в Україні обходиться мінімум у 200 доларів за добу [3].

Експерти Всесвітньої туристичної організації, підвівши підсумки 2013 року, зазначили, що сумарне число туристів становила 1 млрд 87 млн осіб, що на 5% більше підсумків 2012 року. Більш того, ця цифра ще й на 50 млн осіб перевищує прогнози аналітиків, зроблені на початку 2013 року [4].

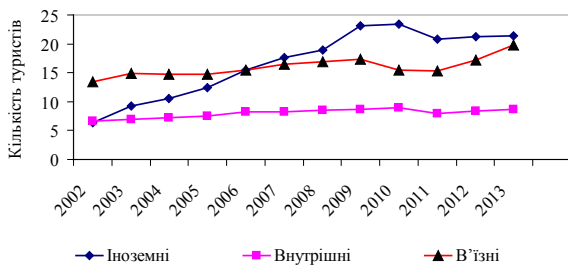


Рис. 1. Порівняння динаміки туристичних потоків в Україні

На відміну від туристів, кількість іноземців, що відвідали Україну з діловим візитом у 2013 році різко скоротилася: майже 343 тис. осіб (1,4% всіх приїжджиків) проти більш ніж 620 000 чоловік (2,6%) в 2012 році (див. табл. 1) [5].

Якщо вірити загальним статистичним цифрам, то з року в рік число туристів в нашу країну зростає. Так, за підсумками 2013 року Україну з метою службових відряджень, організованих туристичних поїздок, культурного та спортивного обміну та приватних візитів відвідало близько 24 млн 665 тис. осіб. Такі цифри надає адміністрація Держприкордонслужби України і щороку вони викликають сумнів. Але інших даних, на жаль, немає і доводиться оперувати тим що є. Кількість ділових іноземних туристів продовжує пригнічувати своїм колосальним спадом. Якщо у 2011 році їх кількість складала 645 тис., то у 2012 р. їх кількість зменшилася майже вдвічі, до 350 тис., а в минулому 2013 році в Україну приїхали 167 тис. бізнес-гостей. Разом всього лише за два роки країна втратила майже півмільйона ділових туристів, що вкрай негативно позначається на індустрії бізнес-гостинності. Причин такого спаду може бути безліч, але серед них явно виділяються зниження індексу сприятливого середовища для ведення бізнесу та погіршується становище економіки. Дуже гнітюча картина з урахуванням того, що ділові зарубіжні поїздки – це один із найприбутковіших видів туризму.

Таблиця 1

Топ-10 країн з туристичного «обміну» з Україною

Країна	Кількість іноземців, що відвідали Україну (тис. осіб)	З них туристів (тис. осіб)	Країна	Кількість українців, що відвідали країну (тис. осіб)	З них туристів (тис. осіб)
Росія	10162	343	Росія	6104	188
Білорусь	3246	234	Білорусь	1723	96
Польща	1428	56	Турція	598	91
Германія	286	56	Польща	5787	70
Турція	179	35	Єгипет	300	38
США	137	27	Чехія	300	33
Англія	83	18	Румунія	559	22
Італія	92	13	Германія	383	15
Франція	66	13	Ізраїль	143	12
Ізраїль	110	10	Греція	125	11

«Топова» п'ятірка країн, з яких прибули ділові туристи в Україну, виглядає так: Росія (55 тис.), Білорусь (47 тис.), Молдова (25 тис.), Туреччина (12 тис.) і Польща (6,6 тис.).

Наступна категорія – туристи у складі організованих турів. Тут теж спостерігаємо різке падіння: якщо у 2011 р. Україну відвідало 1,2 млн таких туристів, то вже у 2012 р. їх налічувало 940 тис. Начебто незначне падіння, але 2013 року спад склав майже 50% – до 488 тис. осіб. Причина падіння цього показника, швидше за все, у тому, що з кожним роком іноземним туристам стає все легше самостійно організувати собі поїздки за кордон за допомогою численних онлайн-сервісів з бронювання авіаквитків, готелів, прокату авто тощо. Але в будь-якому випадку таке зростання технічного прогресу явно не дає позитивні результати представникам вітчизняної індустрії в'їзного туризму [6].

П'ятірка країн, з якої прибула найбільша кількість організованих туристів: Росія (270 тис.), Німеччина (30 тис.), Туреччина (24,6 тис.) Білорусь (18,3 тис.) і Польща (17,9 тис.).

Хорошу статистику дають цифри приватних поїздок іноземців в нашу країну. Тут статистика виглядає цілком обнадійливо. Наприклад, в 2011 році таких туристів в Україні налічувалося 1,9 млн. осіб, в 2012 р. був невеликий спад, до 1,7 млн., а ось 2013 року знову підйом до 1,8 млн. осіб. Така динаміка частково підтверджує висновки, зроблені по спаду серед організованих туристів: все більше людей за кордоном вважають за краще подорожувати за допомогою інтернет-сервісів. Тут лідери по «поставкам» туристів виглядають так: Росія (7,8 млн), Молдова (4,7 млн), Білорусь (3,1 млн), Польща (1,1 млн) і Румунія (400 тис.).

І остання категорія – культурний, спортивний і релігійний обмін. Тут бачимо колосальне зростання. Якщо у 2011 р. їх було лише 224 тис. осіб, то вже у 2012 р. цифра збільшилася у 20 разів, до 4 млн 853 тис. осіб. У 2013 році ця цифра ще виросла і вже становить 5,8 млн. чоловік. Складно прокоментувати таке зростання, якщо у 2012 році можна було назвати чемпіонат Євро-2012 головною причиною зростання цієї категорії туристів, то в минулому році ніяких всесвітньо значущих спортивних, культурних чи релігійних подій у країні не відбулося. Тут в лідерах за кількістю туристів такі країни, як Росія (2,1 млн.), Угорщина (765 тис.), Молдова (596 тис.), Румунія (474 тис.) та Словаччина (418 тис.) [7].

Якщо порівняти загальну кількість туристів за всіма категоріями з 2012 роком, то ця цифра виросла на 1,7 млн осіб, або на 6,9%, а порівняно з 2011 р. – на 3,4 млн осіб, або майже 14%.

Туристична сфера України має цілу низку проблем, що гальмують розвиток туризму: відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах; недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам; незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів; недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами; недосконалість бази даних стосовно об'єктів туристичної сфери.

Подальший розвиток туризму в Україні потребує застосування нетрадиційних інноваційних підходів до організації управління галуззю як на державному рівні, так і на рівні підприємства. Для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі України в умовах посилення конкуренції, збільшення попиту як на міжнародні, так й на внутрішні туристичні про-

дукти, зростання вимог споживачів до наповнення, різноманітності та якості туристично-рекреаційних послуг дедалі більшого значення для суб'єктів туристичної діяльності набуває необхідність розробки науково-обґрунтованої маркетингової стратегії [5].

В Україні для туристів розроблено 1,5 тисячі краєзнавчих програм, проте, на жаль, більшість із них працює тільки на папері. Туристи прагнуть розваг, нових вражень і якісної їжі, за них вони готові платити чималі гроші, тому і віддають перевагу платити саме там, де отримують комфорт і турботу, а українська економіка при цьому несе втрати. В одному лише заповіднику Асканія-Нова, де на 33 тис. га первісних степів сотні видів різноманітних птахів і тварин, можна було б заробляти на такій розвазі, як європейське сафари. Чималим попитом користується рафтинг, в Україні для сплавів придатні чимало річок, та відсутність інфраструктури, водних станцій з кемпінгами, ресторанами Прокатом спорядження стримують розвиток цього напрямку. Можна було б влаштувати тури вихідного дня чи розвивати сільський туризм, та погані дороги не сприяють його розвитку, а відсутність костелів, мотелів і дешевих авіаліній, які давно вже є в Європі, стримують потік подорожуючих із середнім рівнем прибутку. Крім того, більшість місцевого населення не є проінформованими, що поблизу місця проживання є щось цікаве та зручне. Тож у державі і туристичних компаній наразі в руках усі повноваження і можливості, аби переламати ситуацію.

Експерти стверджують: аби держава підійшла до туризму з державницькими позиціями, доходи бюджету у цій частині збільшилися б щонайменше у 7 разів. Якщо найближчим часом ситуація не зміниться, то Україна і надалі гальмуватиме ріст 40 економічних галузей, які так чи інакше розвиваються завдяки туризму.

Одним із головних чинників, стримуючих розвиток туризму, є зростання курсу валют. У таких умовах небагато туристів готові витратити гроші на подорожі [8].

Нинішній туристичний сезон в Україні особливий. З початку року він проходить під знаком революції в Києві, окупації Криму, військових дій на сході країни. Прогнозується, що у 2015 році багато туроператорів не зможуть утриматися на туристичному ринку [9].

Середньорічний показник туристів, що відвідали Україну, становить 23 млн осіб. З них 4 млн іноземців, які відвідали Крим. Крим окупований, тому залишається 19 млн. 63% від загальної кількості іноземних туристів в Україні становлять росіяни. Завдяки інформаційній блокаді 95% росіян вважають, що їхати в Україну зараз дуже небезпечно через розгул неонацистів. Решта 5% не потраплять в Україну через обмеження квот в'їзду, встановлених українськими прикордонниками. Залишається 7 млн [10].

Багато туристів із Китаю, Індії, країн Західної Європи, Латинської Америки не поїдуть до України із за нестабільної політичної та економічної ситуації. Це ще 50% від останньої цифри. Отже, прогноз – 3,5 млн іноземних туристів у 2014 році або 15% турпотоків від 2013 року. В основному це туристи із сусідніх європейських країн, у першу чергу з Польщі, Румунії та Угорщини, які відвідають знову ж прикордонні, менш небезпечні райони України – Галичину, Буковину і Закарпаття і, можливо, Київ. В'їзний туризм в Україні не має перспектив розвитку, так як всі бажаччі відвідати країну можуть бронювати готелі та квитки самостійно. Туристичним оператором можна бути на напрямках, за якими їдуть організовані групи –

це пляжі, гірськолижні або екскурсійні тури, а будь-який самостійний європейець бронює готелі та авіаперельоти, бере напрокат автомобіль, йому не потрібні туроператори [11]. На тлі в'їзного туризму криза у в'їзному виглядає не так гнітюче. У 2013 році жителі країни витратили на подорожі за кордон на 15% більше, ніж у 2012 році. Якщо у 2010 році витрати українців на в'їзний туризм становили 3,8 млрд доларів, у 2011 році – 4,5 млрд доларів, то у 2013 році ця цифра досягла майже 6 млрд доларів [12]. За даними Держкомстату, якщо у 2007 році з України виїхали 0,3 млн туристів, у 2010 році – 1,2 млн, то у 2012 році – вже 1,9 млн, а в 2013 році – аж 2,5 млн. Зниження попиту на поїздки українців за кордон складе 20-25% від торішнього (1,9-2 млн осіб), тобто рівень 2012 року [8].

На зниження попиту впливають кілька факторів. По-перше, це криза неплатежів – багато українських компаній зараз не можуть забезпечити постійну і безперебійну виплату заробітної плати своїм співробітникам. По-друге, це бойкотування громадянами України товарів і послуг, що надаються російськими компаніями. Протягом останніх кілька років спостерігається експансія російських туроператорів на вітчизняний ринок, вони пропонують продукт, аналогічний продукту українських туроператорів, але за значно нижчою ціною. Ну і, нарешті, третім чинником кризи є неспроможність українських туроператорів, яким раніше довіряли наші співвітчизники [7].

У будь-якому випадку з розвитком сегмента електронного туризму, який розвивається семимильними кроками, у тому числі і в Україні, роль відправних туроператорів за останні кілька років значно зменшилася і продовжить зменшуватися надалі. Більш перспективно виглядають невеликі агентства, що пропонують клієнтам, які не мають доступу в Інтернет, пакет онлайн-послуг, включаючи чартерний авіапереліт, трансфер, проживання у готелі та інші послуги [2].

Експерти відділу групового туризму столичної фірми, що спеціалізується на в'їзному туризмі, тобто на прийомі іноземців в Україні, оцінюють спад попиту в цій сфері на 60-70%. Занепокоєння подіями в Україні клієнти фірми почали висловлювати в листопаді-грудні 2013 року, але ануляції реально почалися з лютого 2014 року.

За статистичними даними експертної групи в області групового туризму, традиційний туризм – історичні, культурні поїздки – по Україні із західних країн практично відсутній. Час від часу виникають певні спадахи активності, пов'язані з політичною/військовою активізацією в тому чи іншому регіоні (поїздки журналістів, спостерігачів), обов'язковими спортивними заходами або виборами; урізаними корпоративними заходами, які зараз менш масштабні і часто вимагають зміни раніше запланованого місця проведення (Західна Україна чи Київ – замість Криму чи східних регіонів) [13].

Великі іноземні компанії планують бізнес, стверджують напрями і тури, як правило, на рік вперед і якщо в самий найближчий час ситуація на сході не вирішиться, особливих потоків у наступному році не варто очікувати. Це ж стосується і ділового сегмента.

Україну позбавили Євробаскет-2015, а це значить – втрачений великий бізнес і в сфері туризму. Значна кількість туристичного бізнесу також традиційно залежить від Росії. Цього року потік туристів до Росії дуже серйозно впав і відповідно впливає на кількість поїздок в Україну. Та ж тенденція прогнозується і на 2015 рік.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Україна увійшла в десятку країн із зростанням витрат громадян на зарубіжний туризм. Також понад 4,5 млн українців відпочили в Криму 2013 року, склавши 70% всіх туристів, що відвідали півострів.

Експерти відзначають, що у 2014 році склалася незрозуміла ситуація. За даними Держтуризмкурортів, у першому кварталі 2014 року за кордон з туристичною метою виїхало 4990 тис. українців, що на 3,74% більше, ніж за аналогічний період 2013 року. Ситуація змінилася у порівнянні з минулим роком, але українці все ж продовжують подорожувати.

Крим був напрямом № 2 після Києва, з його анексією доводиться переробляти традиційні найбільш популярні тури. Але це не є гарантією, що більшість туристів поїдуть в Карпати і Закарпаття. Так що про компенсацію іноземних потоків мова не йде. А от щодо самих українців, звичайно, тепер набагато частіше вибирають Карпати замість Криму. У довгостроковій перспективі може виграти Одеса – вона завжди була на слуху у всіх іноземців.

Галузь можливо повернути до колишніх показників, позитивні тенденції спостерігаються вже зараз.

Шлях виходу туристичного бізнесу України з кризи тернистий і довгий. Новому уряду і підприємцям доведеться плідно працювати, щоб протягом трьох чи п'яти років вийти на гідний рівень, особливо у приймаючому туризмі, який дає країні додаткові валютні надходження [14].

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки. Одним із першочергових завдань є створення позитивного туристичного іміджу України шляхом здійснення комплексної рекламно-інформаційної кампанії, яка має включати:

1. Активізацію публікацій, як друкованих, так і електронних, про унікальність української природи та культурну привабливість регіонів України.

Вкрай необхідно приділити особливу увагу проведенню грамотної промо-кампанії України як туристичного напрямку, заснованої не так на традиційно корупційній схемі, як на реальному створенні сайтів та друкованої продукції, відповідним реаліям нашого часу. Головний акцент при проведенні промо-кампанії повинен бути зроблений на те, що Україна є гостинною та безпечною країною для всіх без винятку гостей.

2. Участь у професійних виставках на основних зарубіжних туристичних ринках для пропаганди національного туристичного потенціалу.

3. Розвиток ділового туризму шляхом проведення різноманітних конференцій та інших ділових і наукових заходів, особливо всесвітніх.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Прейгер Д.П. Розвиток туризму в Україні // Економіка. – К. : Альтерпрес, 2009. – С. 20-28.
2. Душко Т. Туристично-рекреаційний потенціал малих міст України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cityplan.in.ua/blogs/view/190>.
3. Державна служба України по туризму і курортах. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua>.
4. Шапала О.Р. Система підвищення кваліфікації кадрів як основа ефективності курортно-рекреаційної галузі // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – К. : Антарес, 2012. – С. 206-211.
5. Зозуля К.М. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Туризм сільський зелений. – К. : МАУ, 2004. – № 1. – С. 8-13.
6. Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні // Фінанси. – Чернівці : Прут, 2010. – № 11. – С. 38-45.
7. Вакалюк В.А. Інноваційно-інвестиційна привабливість регіону // Вісник ЖДТУ: економічні науки. – К. : Академія, 2010. – С. 224-226.
8. Безнесюк В.А. Туризм і його місце в соціально-економічному розвитку України // Журнал регіональна економіка. – К. : Зигзаг, 2009. – С. 23-33.
9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pulib.if.ua/part/1242>.
10. Шляхом європейської інтеграції: Стратегія економічного та соціального розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
11. Богуш Д.В. Українська правда: Майбутнє іміджу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2007/11/5/4426894/view_print/?attempt=1.
12. Сіренко К.В. Туристичний ринок України // Проблеми розвитку України. – К. : Гумотау, 2010. – № 12. – С. 70-74.
13. Мельник О.В. Конкуренентоспроможність туристичної галузі як чинник формування туристичної привабливості території // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – Львів : Вид-во НУ, 2010. – С. 321-325.
14. Левковська Л.В. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні // Економіка України. – Львів : Скіф, 2012. – № 6. – С. 31.