

УДК 338.48

ТУРИЗМ ЯК НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРІОРИТЕТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Парфіненко А. Ю., к. іст. н., доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Стаття присвячена проблемам розвитку туристичної сфери України. Висвітлено основні гальмівні чинники, що створюють загрози для конкурентоспроможності України як туристичної держави. Окреслено низку заходів, реалізація яких забезпечить формування дієвої пріоритетності сфери туризму як чинника соціально-економічного розвитку країни.

Ключові слова: туристична сфера, інфраструктура туризму, культурна політика, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Нині туризм визнається однією з найважливіших галузей світової економіки, що має першочергове значення для усіх країн незалежно від рівня розвитку. Неабияку увагу проблемам розвитку туризму почали приділяти останнім часом і в Україні. Український туризм фігурує в урядових планах, програмах регіонального розвитку, знаходить відображення у засобах масової інформації. У багатьох нормативно-правових актах туризм декларується як «пріоритетний напрямок» розвитку економіки і культури. Це підкреслюється у Законі України «Про туризм», «Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 рр.», прийнятій у минулому році «Стратегії розвитку туризму і курортів» [1;2;3] та інших документах.

І все ж таки реалії розвитку туристичної сфери в Україні викликають чимало сумнівів з приводу того, що туризм у нас є пріоритетним напрямком соціально-економічного розвитку. Це, зокрема, засвідчують і результати оприлюдненого у 2009 р. міжнародного дослідження конкурентоспроможності країн у сфері туризму і курортів, яке було підготовлено експертами Давоського форуму. Його основу становить спеціальна система оцінки, де враховується понад 70 різноманітних чинників, об'єднаних у 14 основних груп. П'ята група чинників стосується пріоритетності туризму. Західні експерти відзначають, що Україна за показником визнання туризму пріоритетною галуззю на рівні національних інтересів серед 132-х країн посідає лише 87 місце. Щоправда за показником загальної конкурентоспроможності туристичної сфери Україна вкотре займає 77 місце у цьому світовому рейтингу [4]. Втім, це також не відповідає величезному потенціалу країни, про що вже не раз йшлося у багатьох інших авторитетних міжнародних дослідженнях [див. напр.: 5].

Зважаючи на вищесказане, сьогодні як ніколи раніше глибокого аналізу потребують процеси, пов'язані з реалізацією проекту розвитку України як європейської туристичної держави. Чи стане вітчизняна туристична сфера дієвим чинником соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможності держави у посткризовому глобальному світі XXI століття?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми місця туризму в соціально-економічному розвитку країни, ефективності його розвитку, державного управління висвітлено у працях таких вітчизняних і зарубіжних дослідників, як: Ю.В. Алексеєва, В.К. Бабарицька, І.В. Валентюк, В.Г. Гуляєв, А.Б. Добровольська, М.І. Долішній, В.Ю. Керецман, М.П. Крачило, О.О. Любіцева, М.П. Мальська, С.І. Попович, І.М. Школа, В.А. Шульга, В.І. Цибух та ін. Водночас, чимало аспектів, пов'язаних із конкурентоспроможністю національної туристичної сфери, залишаються недостатньо з'ясованими.

Мета та завдання статті. Аналіз гальмівних чинників розвитку туристичної сфери України та формування інструментів забезпечення пріоритетності туризму як механізму соціально-економічного розвитку держави.

Виклад основного матеріалу. Варто визнати, що туристичні підсумки 2008 р. засвідчують позитивні, в цілому, зрушення, що супроводжують розвиток туристичної сфери України. Так, згідно оприлюдненим дослідженням Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC), частка туристичної індустрії та суміжних галузей економіки у ВВП склала у 2008 р. 9,3% або трохи більше 83 млрд. грн. Зайнятість у сфері туризму становила 7,6% від загальної зайнятості.

Доходи від іноземних туристів і туристичних товарів і послуг склали у 2008 р. 9,9% (або трохи більше 41 млрд. грн.) від загального експорту. Загалом протягом року Україну відвідало 25,4 млн. іноземних громадян [6].

Водночас, згідно прогнозів WTTC, у 2009 році падіння частки туристичної індустрії та суміжних галузей економіки у ВВП країни мало сягнути 20% [6]. Ці прогнози узгоджуються, в цілому, з попередніми підсумками року. Зокрема, за інформацією Держслужби туризму і курортів, за 9 місяців 2009 р. число українців, які виїжджали за рубіж як організовані туристи, зменшилася на 20%. В свою чергу іноземці також скоротили поїздки до нашої країни. За 9 місяців 2009 р. Україну відвідало 16,5 млн. іноземців, що на 18% менше, ніж за аналогічний період 2008 р. Невтішними виглядають і підсумки туристичного року в Криму. Згідно офіційних даних Міністерства курортів і туризму Криму, півострів недоотримав близько 0,5 млн. відвідувачів (на 12% нижчі рівня минулого року), внаслідок чого було недоотримано близько 160 млн. грн. [7]. Втім, не тільки такий рішучий спад, спричинений, здебільшого, світовою фінансовою кризою, а й багато інших причин змушують замислитися над подальшою долею українському туризму.

Передусім потрібно відзначити, що сфера туризму і курортів не відіграє значної ролі в економічному розвитку нашої країни і створенні її позитивного іміджу. Крім того, прагнення України долучитися до кола розвинених туристичних держав світу відбувається на тлі загострення конкуренції на світовому ринку туристичних послуг, де повсякчас зростає кількість країн, які обирають туризм у якості національного пріоритету розвитку економіки. В таких умовах український туристичний продукт значно поступається існуючим іноземним пропозиціям за багатьма параметрами.

Розвиток української туристичної сфери міг би бути куди динамічнішим, коли б не стримувався низкою гальмівних чинників, що створюють суттєві загрози для конкурентоспроможності України як туристичної держави.

По-перше: переважна більшість вітчизняних туристичних підприємств не зацікавлені у розвитку внутрішнього туризму. Це потребує суттєвих капіталовкладень і не гарантує швидкої окупності. Натомість пріоритетним напрямком у роботі вітчизняних тур підприємств стає виїзний туризм, що не потребує значних інвестицій і здатен забезпечити стабільний прибуток.

Це загрожує як недоотриманням грошових надходжень до державного бюджету внаслідок суттєвих диспропорцій в обсягах в'їзних і виїзних туристичних потоків, так і вивозом валюти з країни, що особливо болісно відгукується в умовах світової фінансової кризи.

По-друге: вітчизняна туристична сфера потерпає як від нестачі інвестицій, так і від їхнього безсистемного застосування. Результати згаданого вище міжнародного дослідження конкурентоспроможності країн у сфері туризму говорять про те, що розвиток туристичної індустрії відбувається нині без врахування її сталості по відношенню до навколишнього середовища і раціонального використання природних ресурсів (115 місце в рейтингу). При створення нових інфраструктурних проектів цей чинник береться до уваги в останню чергу [8].

Це створює руйнівний вплив на навколишнє середовище, завдає шкоди туристичному потенціалу країни, структурі й темпам розвитку сфери туризму.

По-третє: існуюча в Україні туристична інфраструктура здебільшого застаріла і не відповідає європейським стандартам якості. В аналітичній записці «Стан і проблеми розвитку готельного господарства України в контексті підготовки до Євро-2012», підготовленій Національним інститутом стратегічних досліджень, відзначається, що в Україні бракує близько 70 чотирьох- та п'ятизіркових готелів (7 тис. номерів) та 400 тис. номерів в готелях нижчої категорії. Показник забезпеченості готелями в Україні один з найнижчих, при нормі 10 місць на 1000 осіб в Україні є лише 2,9 готельних місця (для порівняння: у Москві – 9,3; у Відні – 25,6) [9]. Донині майже не створено туристичних інформаційних центрів, в яких можна було б дізнатися про цікаві місця того чи іншого регіону. Відсутні обладнані оглядові майданчики.

Вищесказане дозволяє зробити припущення про вірогідність приходу на український ринок відомих іноземних туроператорів, які володіють готельними мережами, мережами туристичних агентств, парком автотранспорту, працюють за високими стандартами якості обслуговування. Внаслідок цього українські туристичні підприємства (туроператори) зазнають значних збитків, оскільки не зможуть забезпечити створення комплексного туристичного продукту за допомогою власних засобів та якісного обслуговування.

По-четверте: рівень розвитку туристичної інфраструктури в певних місцевостях не корелюється з високою регіональною концентрацією туристичних аттракторів (об'єктів привабливості для туристів). Особливо це стосується малих історичних міст, що вирізняються виразною історико-культурною спадщиною і можуть слугувати своєрідним «опорним каркасом» туристичного розвитку всього регіону. Як наслідок, ми маємо обмеження і збіднення туристичного простору України, що нівелює існуючі конкурентні переваги в ресурсному забезпеченні українського туризму.

По-п'яте: рівень сервісу в туристичній сфері України залишається все ще низьким, попри непомірно високі ціни. Рівень послуг у багатьох готелях часто не відповідає кількості зазначених «зірок». Натомість вартість проживання в українських готелях в 2-3 рази перевищує вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи. Доволі відчутний мовний бар'єр: якщо іноземець не розмовляє російською або українською, йому важко порозумітися з обслуговуючим персоналом.

Низька якість туристичних послуг призводить до чимраз рельєфнішого збільшення обсягів приватних туристів над туристичними потоками в межах організованих груп. А високі ціни на проживання в готелях України можуть сприяти формуванню значного тіньового сектора розміщення, особливо відвідувачів «ЄВРО-2012».

По-шосте: відсутні чіткі програми по завантаженню закладів санаторно-курортної сфери у період міжсезоння, що впливає на фінансову стійкість цих підприємств. Результати соціологічних опитувань свідчать, що на тлі покращення побутових умов у вітчизняних оздоровницях майже відсутні дозвілєві програми як для дорослих, так і для дітей. Розвиток курортного господарства ускладнюється відсутністю чіткого розмежування повноважень між центральними органами виконавчої влади у сфері стратегічного розвитку галузі, якими одночасно є Міністерство охорони здоров'я та Міністерство культури і туризму [10, с. 80].

Реальною загрозою такого господарювання може стати переорієнтація стратегічно важливих санаторно-курортних підприємств, що надають унікальні оздоровчі послуги, на пансіонати відпочинку. Більше того, на тлі підготовки російського міста Сочі до прийняття у 2014 р. Олімпіади, що супроводжується докорінною модернізацією туристичної інфраструктури, існує висока вірогідність втрати багатьох конкурентних переваг літнього відпочинку в Криму, у тому числі санаторно-курортного лікування.

По-сьоме: незадовільним залишається туристичний імідж України в світі. Непослідовність державної туристичної політики стосовно формування туристичного іміджу засвідчує вкрай низька оцінка туристичного бренду України (113 місце) в міжнародному рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн [11]. Як свідчать результати численних досліджень, нині про Україну знають здебільшого у зв'язку з Чорнобильською катастрофою, перманентною політичною кризою та нестабільністю. У цьому зв'язку незрозумілим залишається оптимізм, висловлений у багатьох українських засобах масової інформації з приводу оголошеного журналом «Forbs» рейтингу місць екзотичного туризму, до якого потрапив і Чорнобиль.

Щоправда, варто відзначити певні зрушення у справі формування туристичного іміджу України. Йдеться передусім про промоакцію «Україна запрошує», в межах якої по телеканалі CNN було продемонстровано 300 роликів з рекламою рекреаційних ресурсів України. Інша справа – цільова аудиторія даної акції. На кого вона розрахована. Якщо переважна більшість іноземних туристів в Україні – це мешканці сусідніх країн (передусім Росії), то чи варто здійснювати рекламу в країнах далекого зарубіжжя.

Зважаючи на те, що туристичний імідж країни виконує особливі репутаційні функції, його відсутність або негативний стан впливає на загальний стан конкурентоспроможності держави.

По-восьме: низький рівень обізнаності з українськими пам'ятками в світі. Пропаганда української культурно-історичної спадщини ще не посіла достойне місце у системі заходів щодо створення позитивного іміджу держави на міжнародному рівні. Наприклад, у списку всесвітньої спадщини, що складається і поповнюється ЮНЕСКО, Україна представлена всього лише двома позиціями. Це – «Свята Софія та Києво-Печерська лавра у Києві» та «Ансамбль історичного центру у Львові». Водночас, скажімо, Росія має в цьому списку 24 позиції, Болгарія – 9, Польща – 13, Румунія – 7, Словаччина – 5 і навіть маленька Мальта – 3.

В цілому, спеціальні дослідження з проблем історико-культурної спадщини України свідчать про те, що її потенціал залучається до туристичної галузі безсистемно, а пізнавальна функція цього ресурсу зводиться до мінімуму [12, с. 87].

По-дев'яте: чимраз виразніше туризм перестас бути частиною соціальної політики держави. Розвиток сфери туризму не супроводжується покращенням здоров'я людського капіталу, вдосконаленням медичного обслуговування, не узгоджується з процесами виховання і соціалізації молоді. В країні практично відсутні засоби розміщення економ-класу (хостели, міні-готелі та ін.). Між тим, рівень споживання населенням туристичних послуг є одним з найважливіших індикаторів якості життя населення.

Недостатня підтримка різних форм соціального туризму суттєво обмежує розвиток внутрішнього туризму, негативно впливає на розвиток туристичної інфраструктури, може супроводжуватися зростанням соціальної напруги і поляризацією суспільства.

По-десяте: ідсутність чіткого уявлення з приводу місця культури в розвитку національного туризму. Концепція культура плюс соціально-економічний розвиток давно поширена в європейському суспільстві. Вона не є незнайомою і для України, оскільки Міністерство саме є втіленням такого підходу, відповідаючи за культуру і туризм; тобто малося на увазі, що між цими двома галузями вже існує соціально-економічний зв'язок. Однак, як засвідчують, українські реалії, культура в нас існує у відокремленому від туризму середовищі. Про це йдеться й у звіті Ради Європи «Культурна політика в Україні», де відзначається, що «між туризмом і культурою немає жодного реального взаємозв'язку, закріпленого в термінах політики, і що ці дві частини навіть в рамках самого Міністерства поєднують зовнішні, поверхові відносини, а не якась спільна програма...» [13, с. 22].

Зазначені проблеми не вичерпують існуючих загроз національній туристичній сфері. Але успішне їх вирішення, створило б підґрунтя для запобігання іншим. З цією метою потрібно реалізувати наступні пріоритетні заходи:

1. З метою створення потужного національного туроператорського сектору для потреб в'їзного і внутрішнього туризму потрібно переглянути існуючі підходи до ліцензування, що здійснюється за суб'єктами туристичної діяльності – турагенствами і туроператорами. У відповідності до державних принципів ліцензійної політики [14], вважаємо за необхідне запропонувати ліцензування видів господарської діяльності, якими в туризмі є: в'їзний, виїзний, внутрішній туризм і екскурсійна діяльність. При цьому підприємствам внутрішнього туризму створити пільгові умови.

Дієвим механізмом стимулювання внутрішнього і в'їзного туризму стало б також запровадження податкових зборів, чітко орієнтованих на компенсацію вивезеного туристами капіталу з України, сума якого, за деякими підрахунками, сягає 1 млрд. дол.

2. Збільшення частки природоохоронних територій, їх моніторинг і контроль за використанням. Створення системи природних національних парків з врахуванням кращого міжнародного досвіду.

3. Пріоритетним напрямком у розвитку інфраструктури туризму має стати забезпечення на законодавчому рівні пільгових умов для будівництва і введення в експлуатацію об'єктів туристичної інфраструктури, їхня якомога повніша паспортизація за регіональним принципом.

На особливу увагу заслуговує розвиток інформаційної і розважальної інфраструктури, передусім тематичних парків.

4. З метою оптимізації використання туристичного потенціалу України потрібно терміново розробити програму розвитку туризму в малих історичних містах та місцевостях, де представити їх як маркери туристичної привабливості, які б слугували опорним каркасом системи регіонального туризму. Це дозволить застосувати не тільки матеріальні, але й семіотичні ресурси території, інкорпорувати їх до загального туристичного іміджу регіону, підвищити загальну привабливість і конкурентоспроможність.

5. Створення державного органу обліку, контролю та сертифікації засобів розміщення, якості їх послуг, підпорядкованого Державній службі курортів та туризму.

6. Зважаючи на стратегічне значення спеціалізованих санаторіїв, які складають в Україні 28% від загальної кількості санаторно-курортних закладів, пріоритетним напрямком вітчизняної туристичної сфери повинен стати медичний туризм. Це стане одним з механізмів вирішення проблеми завантаженості курортів взимку.

7. Перегляд системи та механізму рекламування українського туристичного продукту, зокрема шляхом рекламування не «проблемних» чи «чорних» сторінок у житті країни, а шляхом

ефективного та раціонального пропагування переваг відпочинку в Україні. Особливу увагу необхідно приділити всебічному просуванню українського туристичного продукту в країнах-сусідах. Особливої уваги заслуговує питання розробки туристичної символіки і створення туристичних представництв України за кордоном.

8. Пріоритетним завданням державної політики має стати забезпечення належних умов для розширення переліку об'єктів світової культурної спадщини в Україні, що априорі означатиме зміцнення туристичної конкурентоспроможності країни.

Вважаємо також необхідним заборонити на певний визначений час зведення за бюджетні кошти нових пам'ятників або відновлення вже неіснуючих. Вивільнені таким чином кошти спрямувати на збереження пам'яток, що перебувають у критичному стані. Їх перелік затвердити після публічного обговорення. На основі зарубіжного досвіду розробити положення про передавання в довгострокову оренду затратних історичних пам'ятників (зокрема, замків).

9. Давно на часі продукування соціальної моделі розвитку курортів України, пріоритетами якої було б загально оздоровлення населення, пропозиція конкурентоспроможних оздоровчо-туристичних продуктів для національного споживання, розрахованих на споживача із середнім рівнем доходів, і відповідного механізму просування цих продуктів.

10. Створення сприятливого середовища для активізації культурних індустрій та формування на основі культури якісного туристичного продукту європейського рівня.

Висновки. Вважаємо, що виконання хоча б частини зазначених пропозицій створило підґрунтя для формування якісного національного туристичного продукту. Це б забезпечило дієву пріоритетність розвитку сфери туризму в Україні, наслідком якого стало підвищення конкурентоспроможності економіки та якості життя населення.

Література:

1. Закон України про внесення змін до Закону України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180.
2. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/doc.aspx?id=243>.
3. Стратегія розвитку туризму і курортів, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України №1080 від 6.08.2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chamber.ua/maillist/weekly/docs/august%2025/Tourism%20Development%20Strategy.pdf>.
4. Конкурентоспособность Украины на мировом рынке туризма (2009). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2009/05/%>.
5. Отчет о конкурентоспособности Украины 2009: Навстречу экономическому росту и процветанию. – К.: Фонд эффективное управление, 2009. – 236 с.
6. Внесок туризму в економіку України // Україна туристична (2009). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://who-is-who.com.ua/book/ukrtour2009.html>.
7. Оперативные данные о работе здравниц и пассажиропотоке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tour.crimea.com/NEWS/27.11.09/2359.html>
8. Конкурентоспособность Украины на мировом рынке туризма (2009). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2009/05/%>.
9. Стан і проблеми розвитку готельного господарства України в контексті підготовки до Євро-2012. Аналітична записка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://niss.lviv.ua/analytics/120.htm>.
10. Гуменюк В.В. Фінансові умови сталого розвитку курортного господарства України / В.В. Гуменюк // Фінанси України. – 2009. – №4. – С. 75–81.
11. Конкурентоспособность Украины на мировом рынке туризма (2009). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2009/05/%>.
12. Опалько Ю.В. Збереження культурно-історичної спадщини в сучасній Україні: проблеми та перспективи / Ю.В. Опалько // Стратегічні пріоритети. – 2007. – №1(2). – С. 83–88.
13. Культурна політика України – оцінка міжнародних експертів. – К.: Рада культурної співпраці, 2007. – 56 с.
14. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 36. – Ст. 299.

15.

: / - //
.- ., 2007. - 56 .

Summary

TOURISM AS PRIORITY OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Parfinenko A.Y., Ph.D, dozent

V. N. Karazin Kharkiv National University

This article is devoted to the problems of development of tourism in Ukraine. The main constraining factors creating the threat of competitive capacity of Ukraine as a tourist state were highlighted. A number of actions were proposed in order to provide the formation of efficient priority of tourism as the factor of social and economic development of the country.

Key words: tourism industry, tourism infrastructure, cultural policy, competitive capacity.

23.12.2009p.

© . ., 2010p.