

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ КРАЇНИ**

*Викладено значущість туризму для розвитку держави, види послуг у сфері туризму, а також розглянуто туризм в економічному та екологічному аспектах.*

*In the article an author is probe meaningfulness of tourism for development of the state, types of services in the sphere of tourism, and also tourism is examined in economic and ecological aspects.*

Важливою передумовою розширення туристичної сфери є потреби туристів. На певному етапі розвитку економіки, коли необхідність у подорожах різко зростає, з'явилися і виробники цих послуг. Це спричинило формування товару особливого типу – туризму, який можна купити чи продати на споживчому ринку.

Метою статті є визначити комплексний механізм регулювання туризму як об'єкт державного регулювання.

Особливості сучасного стану туристичної галузі та вдосконалення механізмів державного управління успішно досліджується такими вітчизняними та зарубіжними фахівцями, як І. Абрамова, В. Азар, Г. Алейнікова, Р. Гуцуляк, В. Дорофієнко, В. Гуляєв, Е. Левицька, І. Осипенко, О. Поважний, С. Сердюк, Ю. Стріленко, І. Черніна, Р. Шавинський та ін.

Вагомий внесок у теоретичну розробку питань державного регулювання туристичної діяльності зробили В. Вакулєнко, Ю. Лебединський, А. Чечель, О. Шаптала, В. Цибух та ін.

Роль держави у збереженні культурного надбання визначено у працях М. Кучерук, Г. Ліньової, А. Філатова, В. Зарубіна, О. Манаєва, І. Черніні та ін. Плідно займаються розв'язанням теоретико-методологічних питань державного управління розвитком окремих галузей О. Амосов, Г. Атаманчук, В. Бакуменко, А. Дегтяр, В. Князєв, А. Мельник, В. Малиновський, И. Нижник, Г. Одінцева та ін. Сучасний ринок туризму як на світовому, так і на національному рівнях є ареною досить жорсткої конкурентної боротьби, її результати безпосередньо залежать від конкурентних зусиль кожної країни щодо просування "власного" туристичного продукту. При цьому світова практика свідчить, що перевага надається в'їзному туризму. Навіть за умов, коли в рамках Європейської співдружності (ЄС) після вступу в дію Шенгенських угод про єдиний

візовий простір запроваджується принцип “простіше для громадян країн ЄС, жорсткіше для громадян інших країн світу”, дотримуються співвідношення, принаймні, один до трьох на користь в’їзного туризму [8, с. 8].

Послуги туризму, як і послуги в цілому, мають певну споживчу вартість, яка виражається в ефекті корисності, що задовольняє будь-яку людську потребу. При цьому туристична послуга може мати як матеріальний вираз, так і нематеріальний. Зазначені два способи виробництва послуг зумовлюють і два види самих послуг. Перший вид послуг – це такий, який опосередковується річчю, залежить і має справу зі споживчим побутом. Надання послуг подібного роду за своїм змістом нічим не відрізняється від процесу праці в матеріальному виробництві. Це дає можливість називати послуги першого виду матеріальними (виробничими).

До другого виду послуг відносять дії, які спрямовані безпосередньо на людину або оточуючі її умови. Послуги цього виду не пов’язані з матеріальними продуктами, їх виробництво нероздільне зі споживанням. Надання цих послуг збігається з їх споживанням, вони нематеріальні. До них належать послуги з реалізації туристичних путівок, обслуговування туристів у готелях та закладах харчування. Як і будь-який товар послуга має свою споживчу вартість. У свою чергу вартість послуги еквівалентна витратам праці, яка необхідна для виробництва цієї послуги [7, с. 203].

Обмін туристичними послугами між країнами є частиною світової торгівлі. При цьому туристичні послуги в міжнародному товарообігу є невидимим товаром. Характерною особливістю та істотною перевагою туристичних послуг як товару є те, що для їх виробництва не потрібно великих витрат, якщо застосовувати для цього існуючу в країні матеріально-технічну базу. Адже туристи користуються послугами підприємств туристичної індустрії країни перебування. Крім того, вони споживають або купують і вивозять певну кількість товарів, що також забезпечує країні перебування значні фінансові надходження.

Туристичні послуги можна імпортувати в країну та експортувати з неї. Туристичним імпортом виступає іноземний туризм, при якому мандрівник вивозить із країни постійного проживання фінансові ресурси з метою “придбання” туристичних вражень, наприклад, в Україні, а вивіз із країни проживання фінансових ресурсів з метою “придбання” туристичних вражень за кордоном є туристичним експортом. Іноземний турист, який приїжджає в нашу країну, витрачає свої кошти на задоволення власних туристичних потреб, що йому надала українська сторона. Відповідно, держава експортує досвід подорожей, а кошти туриста залишаються на її території. Одночасно це означає туристичний імпорт тієї країни, із якої турист вивозить кошти [1, с. 59].

Експорт туристичних послуг є складовою частиною загального експорту товарів і послуг, а витрати на міжнародний туризм громадянами країни безпосередньо впливають на об’єм імпорту, пов’язаного з

відпливом валютних засобів за кордон. Відповідно заходи щодо залучення іноземних туристів в ту або іншу країну укріплюють її економіку в цілому, а динаміку розвитку платіжного балансу за статтею “Туризм” можна вважати одним із показників стабільного розвитку держави.

З метою збільшення об’ємів туристичних витрат застосовуються різні методи. Одним з таких є збагачення та диверсифікація туристичних послуг. У широкому розумінні диверсифікованість – це поширення господарської діяльності на нові сфери бізнесу: випуск нових виробів, розширення номенклатури продукції, додаткові види послуг, що надаються тощо [2, с. 294].

З погляду сучасного стану й розвитку туристичної сфери їй уже давно стали властиві ознаки диверсифікованості, хоча в наукових розробках цієї сфери це поняття в широкому розумінні практично не використовувалося. Проте об’єктивний процес розвитку туризму, а також вивчення наукових досліджень у сфері туристичної діяльності дає безліч прикладів диверсифікованості. Наприклад, збільшенню потоків туристів сприяло створення нових спеціалізованих транспортних фірм з їх обслуговування.

Найбільш важливим і відповідальним етапом у розробці проектів диверсифікаційного розвитку туристичної сфери, тобто програм упровадження нових послуг є прогнозування витрат і прибутків від їхньої реалізації. Очевидно, що для цього повинні використовуватися сучасні наукові розробки у сфері маркетингу. При цьому варто зазначити, що всі, навіть самі ретельні прогнози носитимуть імовірнісну характеристику, тобто реалізація кожного проекту має певний ступінь ризику [3, с. 28].

Для досягнення збалансованого розвитку держави необхідно враховувати весь комплекс витрат і прибутків економічного, екологічного і соціального характеру.

Проте, якщо розвиток туризму не контролювати, то можуть виникнути певні економічні проблеми. Перш за все, економічні вигоди значно зменшуватимуться, якщо у сфері туризму висока частка імпортованих товарів і послуг, а багатьма туристичними об’єктами володіють і управляють іноземні компанії. За такого стану скорочуються чисті доходи і надходження іноземної валюти від туризму, а це може призвести до виникнення почуття неприязні в населення відповідної держави. Деякі шляхи формування туристичної інфраструктури не можливі без володіння чи управління туристичними об’єктами з боку іноземних компаній. Це може бути необхідним на початкових етапах розвитку, коли національний капітал і управлінський потенціал обмежені. Прикладом цього виступають острівні держави. Ризик виникнення економічних перекосів також існує і в політиці зайнятості у випадку, якщо туризм залучає надто багато робітників із інших секторів економіки, оскільки в туристичній сфері спостерігається більш висока заробітна плата

і кращі умови праці. У цьому разі може початися інфляція та зростання цін на землю, нерухомість, окремі види товарів і послуг тощо.

Вирішення всіх зазначених проблем щодо розвитку та функціонування туристичної сфери покладено на систему державного управління цією сферою, яка за допомогою застосування існуючих механізмів та інструментів повинна регулювати туристичну діяльність у державі для уникнення можливих перекосів у суспільстві.

Проаналізувавши сутність туризму, зазначимо, що він не тільки прямо або побічно охоплює більшість галузей економіки, в тому числі будівництво, транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, громадське харчування, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, мистецтво, сільське господарство, промисловість тощо, а й стимулює їх розвиток. Як свідчить практика, вартість створення одного робочого місця в туризмі у двадцять разів менша, ніж у промисловості [10, с. 17].

Доходи окремих галузей і підгалузей безпосередньо залежать від туристичної діяльності. За розрахунками Всесвітньої туристичної організації, які Україна застосовує з 1997 р., питома вага доходів від обслуговування туристів у загальному обсязі є такою (у %):

– туристично-екскурсійні послуги	– 100;
– санаторно-курортні та оздоровчі послуги	– 90;
– виробництво сувенірів	– 80 – 90;
– готельне господарство	– 60 – 70;
– виробництво товарів туристичного призначення	– 30 – 40;
– послуги з видачі віз та інших консульських ді	– 60 – 70;
– послуги харчування	– 30 – 40;
– послуги пунктів прокату	– 30 – 40;
– послуги закладів культури, фізичної культури і спорту	– 30 – 40.

Таким чином, від функціонування туризму безпосередньо залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки України і близько 10 – 15 % населення держави, а середній показник зайнятості в туризмі складає 3 працівника на 10 туристів [7, с. 4].

Отже, проаналізований економічний, соціальний, екологічний, політичний та культурний вплив туризму на розвиток держави дозволяє зробити висновок, наскільки важливими є вплив туристичної сфери, а також наскільки складним і багатогранним явищем є туризм. Феномен туризму являє собою яскравий прояв способу життя будь-якого суспільства і залежить від економічної стабільності, можливостей у сфері зайнятості, перерозподілу доходів і інших аспектів, які необхідно враховувати при становленні національної економіки. У цілому економічний і соціальний стан держави визначається тим, наскільки населення має можливість відпочинку, освіти, підвищення кваліфікації, з релігійними та діловими

цілями. І для того щоб сучасна туристична сфера виступала в ролі сильного об'єднуючого фактора, який забезпечуватиме взаєморозуміння між різними мовними, релігійними, національними групами, і укріплюватиме національну єдність і культурну інтеграцію необхідно формувати дієве правове "туристичне" поле.

Розвиток значущості туристичної сфери перетворило її на одну з актуальних проблем соціально-просторового характеру. Дослідження такого явища, як туризм повинно переплітатися з вивченням основних шляхів розвитку економічних і культурних процесів, пов'язаних з оптимізацією відносин між людиною, його діяльністю, культурними співтовариствами й природою.

Туризм як сфера соціально-економічної діяльності розглядається в декількох аспектах:

- політичному, оскільки конкурентоспроможність країни як туристичного центру формує певний імідж у її відвідувачів;
- економічному як важлива сфера господарювання, що створює робочі місця, забезпечує надходження до бюджету тощо;
- соціальному, тому що є джерелом підвищення добробуту населення країни, у тому числі й через вирівнювання стандартів туристичних послуг;
- культурному, оскільки завдяки туризму відбувається підвищення інтегрованості культур та, з іншого боку, забезпечується національна ідентифікація;
- екологічному, оскільки з метою розвитку туризму розробляються національні та регіональні програми збереження довкілля.

Таким чином, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що стимульний вплив туризму на національну економіку полягає в наявності й зростанні: його частки в доході та валовому внутрішньому продукті; кількості іноземної валюти, заробленої завдяки міжнародному туризму; особистих і комерційних доходів власників; кількості додаткових робочих місць, створених завдяки туризму; ефекту мультиплікації; внеску в державний бюджет через податки, збори, мито тощо; суто економічного внеску туризму в національну економіку, тобто надходження мінус витрати; ефективності використання існуючих туристично-рекреаційних ресурсів для максимального підвищення економічної ефективності туризму.

#### Література:

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям] / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 176 с.
2. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб.-метод. пособие / В. В. Богалдин-Малых / РАО ; Моск. психолого-соц. ин-т. – М. : Изд-во МПСИ, 2004. –

559 с.

3. *Джанджугазова Е. А.* Маркетинг в индустрии гостеприимства : учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по специальности 23.05.00 “соц.-культур. сервис и туризм”] / Е. А. Джанджугазова. – М. : ИЦ “Академия”, 2003. – 224 с.

4. *Козырев В. М.* Экономика туризма : [учеб. для студентов вузов турист. профиля] / В. М. Козырев, И. В. Зорин, А. И. Сурин, А. В. Ключников, В. А. Исаев / Междунар. кафедра ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития ; Рос. междунар. акад. туризма. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 313 с.

5. Культурный туризм в России: проблемы и перспективы развития: сб. докл. I студенч. науч.-практ. конф., г. Сергиев Посад, 24-25 февр. 2000 г. / Рос. междунар. акад. туризма; Сергиево-Посад. ф-т РМАТ; Сергиево-Посад. истор.-художеств. музей-заповедник / общ. ред. В. Т. Устименко. – М. : РМАТ, 2000. – 151 с.

6. *Мацола В. І.* Рекреаційно-туристичний комплекс України : [монографія] / В. І. Мацола / Ін-т регіон. дослідж. НАН України ; [редкол. : М. І. Долішній (відп. ред.)]. – Л., 1997. – 259 с.

7. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні: інформ.-аналіт. матер. до парламентських слухань / авт.-упор.: В. І. Цибух, Г. П. Науменко, В. К. Федорченко, Ю. О. Безукладніков [та ін.]. – К. : Вид-во КІТЕП, 2000. – 87 с.

8. Стан та перспективи розвитку туризму в Україні : щоріч. доповідь. – К., 2003. – 184 с.

9. Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості : матер. міжнар. наук.-практ. конф., 10-11 жовт. 2001 р., м. Київ ; Ун-т туризму, економіки і права ; Т-во “Знання” України / В. І. Цибух (голова ред. кол.), Т. С. Пархоменко, С. В. Горський (упоряд.). – К. : Т-во “Знання” України, 2002. – 560 с.

10. *Фомичев И. Ю.* Менеджмент в международном туризме : учеб. пособие / И. Ю. Фомичев, В. И. Тарасевич ; Тюмен. гос. нефтегаз. ун-т. – Тюмень, 2001. – 75 с.

*Надійшла до редколегії 22.09.008 р.*