

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Розглянуто основні тенденції розвитку українського туристичного ринку у зіставленні зі світовими показниками. Наведено та проаналізовано основні показники, які характеризують наявне становище розглянутої сфери в Україні та світі. Зосереджено увагу на бізнес- та міському туризмі, підкреслено перспективність сільського екотуризму. Розроблено рекомендації щодо впровадження механізмів розвитку туризму країни.

Ключові слова: туризм, туристичний потік, інфраструктура, регіональні особливості, перспектива України.

Туризм став значним соціальним і політичним явищем, яке впливає на економіку багатьох країн і цілих регіонів. Це вигідна і високоприбуткова галузь, яку можна порівняти за параметром ефективності інвестиційних вкладень з нафтогазовидобувною та переробною промисловістю, а також з автомобілебудуванням. Світовий досвід і практика економічної, соціальної та політичної стабільності розвинених країн підтверджують факт: географічне розташування держави, її природно-кліматичні ресурси і визначні пам'ятники стають загальним благом лише засобами туризму. При дослідженні теми не береться до уваги національна особливість України і можливість розгляду її туристичного потенціалу в аспекті сільського туризму, особливо в умовах поширення екотуризму у світі і прихильності до екологічно чистих товарів загального користування.

Дослідження цієї тематики становить інтерес для таких вчених, як Бондаренко М. П., Горбера О. Є, Сіренко К. В., Яремко Л. А. та інших вітчизняних дослідників. Крім того, на міжнародному рівні складаються щорічні звіти про туристичні потоки, такі, як UNWTO World Tourism Barometer.

Метою статті є аналіз сучасного стану туристичної сфери України. Завдання: вивчити тенденції розвитку туристичної сфери в Україні в аспекті властивих країні національних особливостей, визначити передумови подальшого поширення туризму, розробити рекомендації щодо удосконалення механізмів управління та розвитку туризму.

Генеральна Асамблея Всесвітньої Туристської Організації дає прогноз на трикратне збільшення обсягів світового туризму на найближчі двадцять років. У прийнятому на Асамблеї «Глобальному етичному кодексі туризму» надано наступну рекомендацію: «Туристська політика має проводитися таким чином, щоб вона сприяла підвищенню рівня життя населення відвідуваних районів і відповідала їх потребам».

Сьогоднішній турист віддає перевагу активному відпочинку в місцях з екологічно чистим довкіллям і ставить за мету культурне збагачення, самоосвіту. Для

виконання таких завдань Україна має великі туристично-рекреаційні можливості. Майже 15% території країни - це курорти, зони відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші архітектурні пам'ятки. Є більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину. Охороняється державою близько 30 національних і регіональних парків та садів відомих діячів української культури. Видатними є лікувальні ресурси - понад 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ цілющих грязей, що є унікальним як для України, так і для Європи [8, с. 86].

Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості, площа якої становить 69,3% території країни, і та лісових угідь, площа яких - 17,2% [9].

На сьогодні туризм - галузь у світі, що зростає найбільш стрімко. Приблизно десять відсотків світового валового продукту приносить міжнародна туристична індустрія. Біля 500 мільярдів доларів США становлять щорічні надходження від світової туристичної галузі та прогнозується їх зростання до одного трильйона у 2012 році [4, с.104].

Сільський зелений туризм - сектор економіки, який заслуговує найбільшої уваги в Україні. Він потенційно може забезпечити значний внесок в економіку села у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності, поповнення державного бюджету через сплату податків, сприяє зниженню імпорту та інтенсифікує використання місцевих сировинних ресурсів.

Іноземні туристи, шанувальники відпочинку в українському селі, як і регіональні споживачі, сплачують усі відповідні податки, такі, як податок на додану вартість та акцизний збір, і викликають сплату податків іншими господарюючими суб'єктами.

Сільський зелений туризм - індустрія експорту, яка відрізняється від інших експортних галузей одним важливим аспектом. Більшість експортерів вивозять свої товари з країни до споживача. У туризмі споживач

прибуває в країну для того, щоб придбати і спожити вироблені продукти та послуги. Це створює додаткові надходження в місцеву економіку.

У сільській місцевості, крім історико-культурних об'єктів, потенційно привабливі землеробство як етнографічне явище, поєднане з ритуалами: привітання з хлібом, сіллю та рушником, «толока» - участь громади при збиранні хліба, на сінокосі - «обжинки» - свято після збирання врожаю; промисли - полювання, рибальство, збиральництво, чумацтво; ремесла - лозоплетіння, бондарство, кушнірство (вироблення шкір для одягу); народна архітектура - будинок, клуня, хлів, комора, церкви і каплиці, млини та вітряки. український національний стрій, національна кухня.

В умовах несприятливої кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринку, стагнації виробництва в найгіршому становищі опинилося українське село. У результаті соціально-економічного занепаду відбулось поглиблення демографічної кризи. У селах України нараховується 6,3 млн. житлових будинків, з яких 98% знаходяться у приватній власності. Середньорічна кількість працездатного населення, що проживає в селах, становить 6,4 млн. осіб, з них більше 0,5 млн. офіційно зареєстровані як безробітні, 3 млн. осіб належать до категорії незайнятого населення [9]. Як показує практика розвинених країн, у подоланні зазначених негативних тенденцій можуть зіграти роль несіельськогосподарські види діяльності, у першу чергу ті, що не потребують державних капіталовкладень. Існує можливість використання сільських територій, приватного житлового фонду. Розвиток сільського туризму забезпечить працевлаштування господарів, що надають послуги з сільського зеленого (агро-, еко-) туризму та мешканців, які займаються вишиттям, килимарством, ткацтвом, овочівництвом, садівництвом, бджільництвом, тваринництвом, у тому числі - конярством. Значну організаційну та методичну допомогу селянам мають надати сільські, селищні, міські, районні ради, які несуть безпосередню відповідальність за сталий розвиток підзвітних їм територій.

У порівнянні з власниками агросадіб, туроператори і турагенти знаходяться в безпосередньому наближенні до потенційних споживачів послуг - міських жителів, і можуть виконувати функції маркетингу та реалізації послуг у сфері сільського туризму, що в кінцевому результаті позитивно вплине на швидкий розвиток сільського зеленого туризму в Україні.

Існує суттєвий резерв для поповнення обігових коштів власників сільських садіб, що надають туристичні послуги. Більшість з них мають земельні паї, які здають в оренду, і за це отримують плату до трьох відсотків від вартості землі без урахування її кадастрової вартості, що дуже дешево. Слід значно підвищити орендну плату власникам земельних паїв, можливо до двадцяти відсотків від вартості врожаю, щоб створити матеріальну основу їх права володіння і забезпечити вихід з кризи українського села.

Якщо матеріальні і духовні ресурси України будуть задіяні належним чином, можна досягти позитивного результату в сільському зеленому туризмі. Як результат: зростання добробуту сільської родини, диверсифікація доходів сільського населення, зменшення міграції із сільської місцевості,

розширення спектру туристичних послуг в Україні, збільшення надходжень до місцевих бюджетів, підвищення конкурентоспроможності та привабливості країни, зростання обсягів внутрішніх та зовнішніх інвестицій у сільських регіонах, збільшення кількості робочих місць у галузях, прямо або побічно пов'язаних із сільським туризмом.

Міський туризм в Україні поки не набув такої популярності, як у Європі. На нього припадає 40% всіх поїздок. За даними Європейської асоціації туроператорів, цей туристичний напрям з кожним роком приносить містам все більший прибуток. За дослідженнями компанії European Cities Marketing, у 2006 році основні міста Європи заробили на міському туризмі 540 млн. євро. З тих пір прибуток від цієї галузі щороку зростає на 19 мільйонів євро [3, с. 66]. Тобто на сьогодні ця сума сягає 635 млн. За даними проміжного випуску Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, в 2011 р. позитивні темпи зростання спостерігалися у всіх регіонах світу, разом із Близьким Сходом і Північною Африкою. Лідерами за темпами зростання стали Південна Америка і Південна Азія (+15%), за якими ідуть країни на південь від Сахари (+13%) і Центральна та Східна Європа (+12%). На початку 2011 року туристичні потоки у світі зросли приблизно на 5%, що практично досягає рівня 2012 року, коли був зареєстрований 7%-й приріст цього показника, що є позитивною тенденцією [7].

Досягти рівня повноцінних європейських туристичних центрів українським містам заважає цілий перелік проблем: нереставровані будівлі, погані дороги, брак паркувальних місць, сміття на вулицях. Але досить велику частку на туризм в бюджеті міста виділяють у Чернівцях, Луцьку, Ужгороді та в деяких невеликих містах Карпат, які не мають великих бюджетів, і туризм є єдиною сферою, яка приносить дохід. Міський туризм в Україні посідає незначну частину ринку, адже в 70% випадків українці схильні до пляжного відпочинку. Проте в деяких містах саме туристична сфера приносить у бюджет більшу частину прибутку. Це, наприклад, Кам'янець-Подільський, Ялта або Євпаторія.

Але у рейтингу Всесвітнього економічного форуму конкурентоспроможності у сфері туризму Україна посіла 85-е місце серед 139 держав світу [10]. Поряд з Україною розташовані в рейтингу Азербайджан і Намібія. За два останні роки показник України погіршився на вісім пунктів. Для того, щоб заробити на міському туризмі, необхідна співпраця бізнесу і влади.

Розглянемо детальніше перспективи бізнес-туризму. Понад 70% ринку цієї послуги складають корпоративні поїздки, у тому числі тури, що мають на меті стимулювати співробітників, зайнятих просуванням товарів компанії. Ще близько 16% припадає на поїздки, пов'язані з участю в з'їздах, конференціях, семінарах. Близько 11% мають відношення до роботи ярмарків і торгово-промислових виставок [5]. Щоденні витрати бізнесмена в середньому в три рази перевищують витрати звичайного туриста, тому найбільш відвідувані діловими людьми країни зацікавлені в цьому.

У Донецькій області 15% від загальної кількості туристів складають споживачі послуги бізнес-туризму. Попит на організацію ділових поїздок і бізнес-заходів за роки кризи знизився на 30%, а зараз демонструє

позитивну динаміку. Варто зазначити, що бізнес-туризм безпосередньо залежить від благополуччя бізнесу в Україні, від можливостей компанії мотивувати своїх співробітників і навчати їх.

Зростання потоку бізнес-туристів до України відбувається за рахунок сусідніх Росії та Білорусі. В українські компанії інкамінга стали більше звертатися не тільки люди, що їдуть у справах, а й організатори MICE (Meetings-Incentive-Conferences-Events)-проектів. У свою чергу багато великих компаній відкривають департаменти в'їзного туризму. Основна частина ділових подорожей (більше 85%) - поїздки по Україні. В останньому кварталі року часто проводяться наради та з'їзди, для літа-осені характерними є проведення зустрічей для згуртування команди [1].

За даними Держслужби туризму і курортів, у 2011 році найбільша кількість туристів, що відвідали Україну, прибула з Росії - 35% від загальної кількості, що в'їжджають в Україну, це складає близько 7 млн. осіб [3, с. 104]. Що стосується мультинаціональних корпорацій, інтересу до України як місця проведення ділових заходів поки не спостерігається. Найчастіше з цієї метою обирають Москву, незважаючи на дорожнечу розташування. Це відбувається через своєрідну «субординацію» - як правило, московським офісам підпорядкований регіон СНД та Східної Європи. Топ-менеджмент міжнародних компаній приїжджає в Україну із звичайним візитом. Найчастіше європейські бізнес-гості прибувають з Німеччини, Чехії, Франції, Польщі. Основна мета - відвідування дочірніх підприємств та компаній-партнерів, що знаходяться в Україні.

За словами учасників ринку, які обслуговують в'їзні MICE-заходи, бюджет проведених програм у цьому році становив у середньому близько 50 тис. дол. США. Спостерігається зменшення кількості людей у групах порівняно з докризовим періодом - з 50-300 до 20-50 осіб [1]. Тепер у складі MICE-груп переважає топ-менеджмент: замовників більше цікавить ефективність, ніж масовість виїзду. Розмір бюджету на поїздки в більшості компаній за останні два роки не збільшувався або ж, навпаки, переглядався в менший бік.

Робота інкамінг-компаній тісно переплітається з поселенням гостей у готелях. Збільшення кількості туристів є причиною збільшення попиту на кімнати, що спричиняє необхідність побудови нових готелів і перекваліфікації персоналу з метою досягнення європейського рівня обслуговування. Але в столиці і в регіонах не вистачає тризіркових готелів середньої цінової категорії. Ще одна відмінна риса українських готелів - висока вартість номерів, яка часто не відповідає якості. Туроператори активно впливають на просування готелів. Запущено проект компанії «Нью Лоджик» hotel4pro.com, що дозволяє бронювати онлайн більше 250 готелів в Україні та понад 30 тис. - за кордоном.

Значний вплив на розвиток туристичної галузі України здійснює проведення Євро-2012. Цей проект викликає інтерес у інвесторів, оскільки передбачає масштабний розвиток інфраструктури країни, при цьому об'єкти, які готуються в межах Євро-2012, призначені не тільки і навіть не стільки для чемпіонату, як для розвитку економіки країни. За час проведення чемпіонату очікуються до 1,2 мільйона іноземних туристів. Для порівняння, за весь 2010 рік Україну відвідало 1,3 мільйона туристів. Позитивні

очікування пов'язані з тим, що після Євро-2004 туристичний потік до Португалії збільшився на 50%, а в Австрію і Швейцарію після Євро-2008 - на 30% [6].

Таким чином для розвитку туристичної галузі в Україні необхідно: розробити законодавчу базу для регулювання процесів надання послуг туризму в селах; впровадити систему пільгового кредитування сільського населення для розвитку сільського туризму; провести маркетингові дослідження з метою подальшої розробки збутової політики з надання послуг; провести роботи з поширення національного бренда у світі; впровадити можливість віртуальних екскурсій з рекламною метою; створити інформаційні засоби і технології з даними клієнтської бази; створити на рівні країни та областей комп'ютеризованої системи бронювання і резервування місць та квитків.

Сучасна індустрія туризму - одна з найприбутковіших і найдинамічніших галузей світового господарства. Вирішення проблем, пов'язаних з туризмом, дозволить повноцінно виконати основну функцію держави - підвищення якості життя населення.

Список літератури

1. *Бизнес-тревел по-украински [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=704&Itemid=1*
2. *Бондаренко, М. П. Система зміцнення конкурентних позицій туристичного сектору України / М. П. Бондаренко // Актуальні проблеми економіки. - 2011. - № 9. - С. 66-73.*
3. *Бондаренко, М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М. П. Бондаренко // Економіка і прогнозування. - 2011. - № 1. - С. 104-119.*
4. *Горбера, О. Е. Організація туристичної діяльності в системі світового ринку послуг / О. Е. Горбера // Економіка та держава. - 2010. - № 10. - С. 86-89.*
5. *Донбасс - туристическая Мекка 2012 года [Електронний ресурс]: / Прилуцкий Алексей. - Режим доступу: <http://www.salon.donetsk.ua/rubrics/11597.php>*
6. *Євро створює акумулятивний ефект в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://euro2012.ukrinform.ua/comments/49075/>.*
7. *Международный туризм сохраняет темпы роста, несмотря на вызовы [Електронний ресурс]: / Рису Марсело. - Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2011-07-21/mezhdunarodnyi-turizm-sokhranyaet-tempy-rosta-nesmotrya-na-vyzovu>.*
8. *Сіренко, К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки / К. В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 12. - С. 70-74.*
9. *Українське село запрошує! [Електронний ресурс] / Вовк Василь. - Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/297321>.*
10. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf.*

РЕЗЮМЕ

Чайдак Алена, Трегубов Александр

Современные проблемы и перспективы развития туристической сферы в Украины

Рассмотрены основные тенденции развития украинского туристического рынка по сравнению с мировыми показателями. Приведены и проанализированы основные показатели, характеризующие существующее положение рассматриваемой сферы в Украине и мире. Сосредоточено внимание на бизнес- и городском туризме, подчеркнута перспективность сельского эко-туризма. Разработаны некоторые рекомендации по внедрению механизмов развития туризма страны.

RESUME

Chajdak Alyona, Tregubov Oleksandr

Current problems and prospects of tourism in Ukraine

The article considers the main trends of development of Ukrainian tourism market in comparison with global indicators. There have been presented and analyzed the basic parameters that characterize the existing situation of the considered areas in Ukraine and abroad. The emphasis is on business- and city-tourism. It has been highlighted on the prospects of rural eco-tourism. Some recommendations for the mechanisms of development of tourism of the country have been developed.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2012 р.