

УДК 338.467.6

В.Г. Кабанов, кандидат економічних наук,
професор кафедри менеджменту та економіки
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ

К.В. Цеков, магістрант
Університету економіки і права «КРОК», м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглядається стан туристичної галузі в Україні, її особливості та перспективи.

Ключові слова: туризм, українська економіка, туристична галузь.

В.Г. Кабанов, кандидат экономических наук,
профессор кафедры экономики и менеджмента
Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств, г. Киев

К.В. Цеков, магистрант
Университета экономики и права «КРОК», г. Киев

ПЕРСПЕКТИВЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматривается состояние туристической отрасли в Украине, ее особенности и перспективы.

Ключевые слова: туризм, украинская экономика, туристическая отрасль.

V. Kabanov, PhD, professor
National Academy of Culture and Arts, Kiev

K. Tsekov, Master's Degree student
University for Economics and Law «KROK», Kiev

PROSPECTS OF TOURIST ENTERPRISES IN THE MODERN DEVELOPMENT CONDITIONS OF UKRAINIAN ECONOMY

The article under consideration gives prominence to the state of tourism industry in Ukraine, it's features and prospects.

Keywords: tourism, Ukrainian economy, tourism industry.

Українська економіка є однією з найбільш постраждалих унаслідок світової фінансово-економічної кризи 2008 р. Ця криза виявила, наскільки нестійкою, вразливою і залежною від зовнішньої кон'юнктури є українська економіка. Зумовлене кризою падіння ціни на більшість сировинних та напівсировинних товарів спровокувало небачене доти падіння української економіки (рис. 1). Стало очевидним, що її подальший стійкий розвиток неможливий без докорінних реформ і відходу від сировинно-орієнтованого експорту.

Однією з галузей економіки, де Україна має значний потенціал і не використовує його, є туристична галузь. Зокрема, наявні сприятливі природні та кліматичні умови, значна історич-

на культурна спадщина, необхідна інфраструктура. Водночас, існує низка проблем, які десятироками ігнорувались і так і не були вирішені. Більше того, перед країною зараз постали нові виклики, які треба враховувати при аналізі туристичної галузі в Україні.

Питаннями розвитку туристичної галузі в Україні займалися та займаються такі вчені, як: М.М. Герасименко, А.П. Дурович, В.М. Козирєва, В.Г. Гуляєв, М.І. Кабушкіна, М.П. Крачила, О.Д. Короля, І.І. Ополченова, Н.В. Кулешова [1], І.А. Лапшина [2].

Метою статті є дослідження туристичної галузі в Україні та її перспектив з урахуванням поточних економічних та суспільно-політичних тенденцій в країні.

У звіті Всесвітньої організації туризму вказано такі переваги туристичної галузі:

- попит на туристичні послуги в світі зростає з року в рік;
- це галузь, в якій країни, що розвиваються, можуть мати конкурентні переваги через їхній клімат чи доступ до культурних та природних активів;
- це трудомістка галузь, яка потребує велику кількість робітників, як некваліфікованих, так і кваліфікованих спеціалістів;
- надає можливості для малих підприємств, бо початкові витрати на старт-апи в цій галузі, порівняно з іншими, низькі;
- надає можливість національним меншинам у підтримці їхньої культури [3, 20].

Крім того, розвиток туристичної галузі впливає на суміжні бізнеси, як-от готельний, ресторанний, транспортний тощо. Виходячи з *рис. 1*, можна дійти певних висновків, зокрема, що навіть після фінансово-економічної кризи Україна отримувала значний приплив коштів від туристичного імпорту.

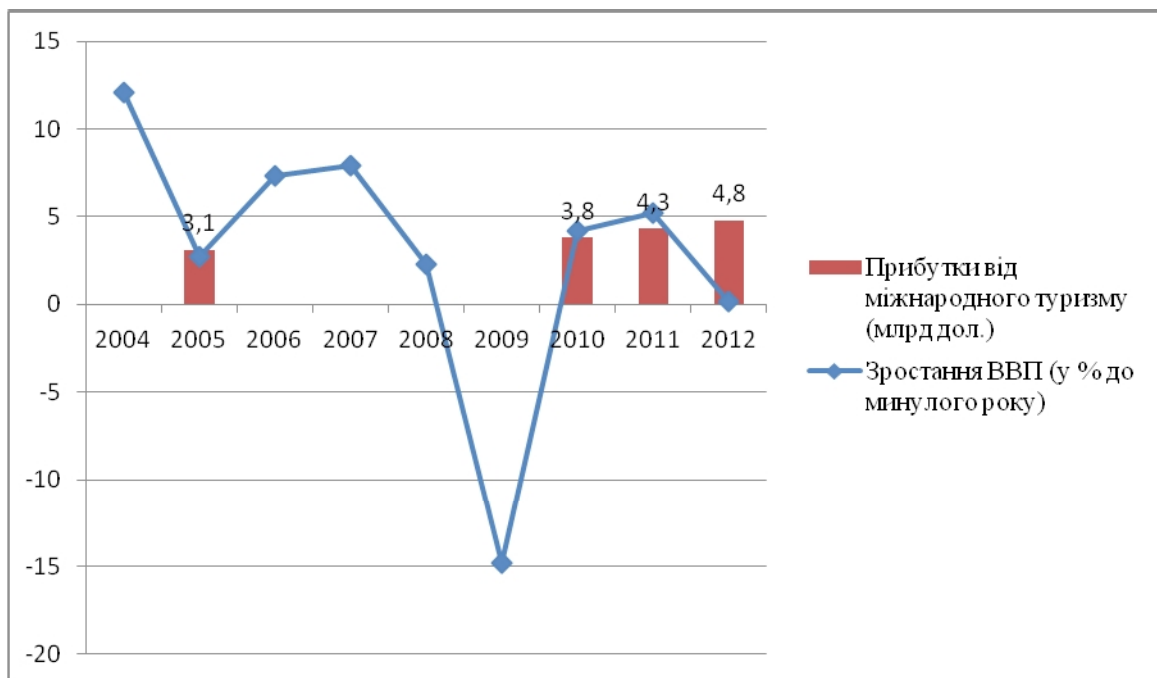


Рис. 1. Зростання ВВП (2004-2012 роки) в Україні та прибутки від міжнародного туризму [4; 5]

Однак Україна могла досягнути набагато кращих результатів і отримувати більші доходи від туристичного експорту. На жаль, на сьогодні в Україні туристичний імпорт значно переважає над туристичним експортом (*рис. 3*). 2012 р. кількість виїзних із України туристів була більшою за кількість внутрішніх і в'їзних разом узятих. Згідно з державною службою статистики України, середнє домогосподарство витрачає всього 4,1% своїх доходів на культуру і

відпочинок, у той час як на продукти харчування – 37,1% (у Європі середній показник витрат домогосподарства на харчування близько 15%). Це пояснюється як низьким рівнем доходів у більшості населення і високою диференційованістю доходів у країні, так і великою часткою тіньової економіки.

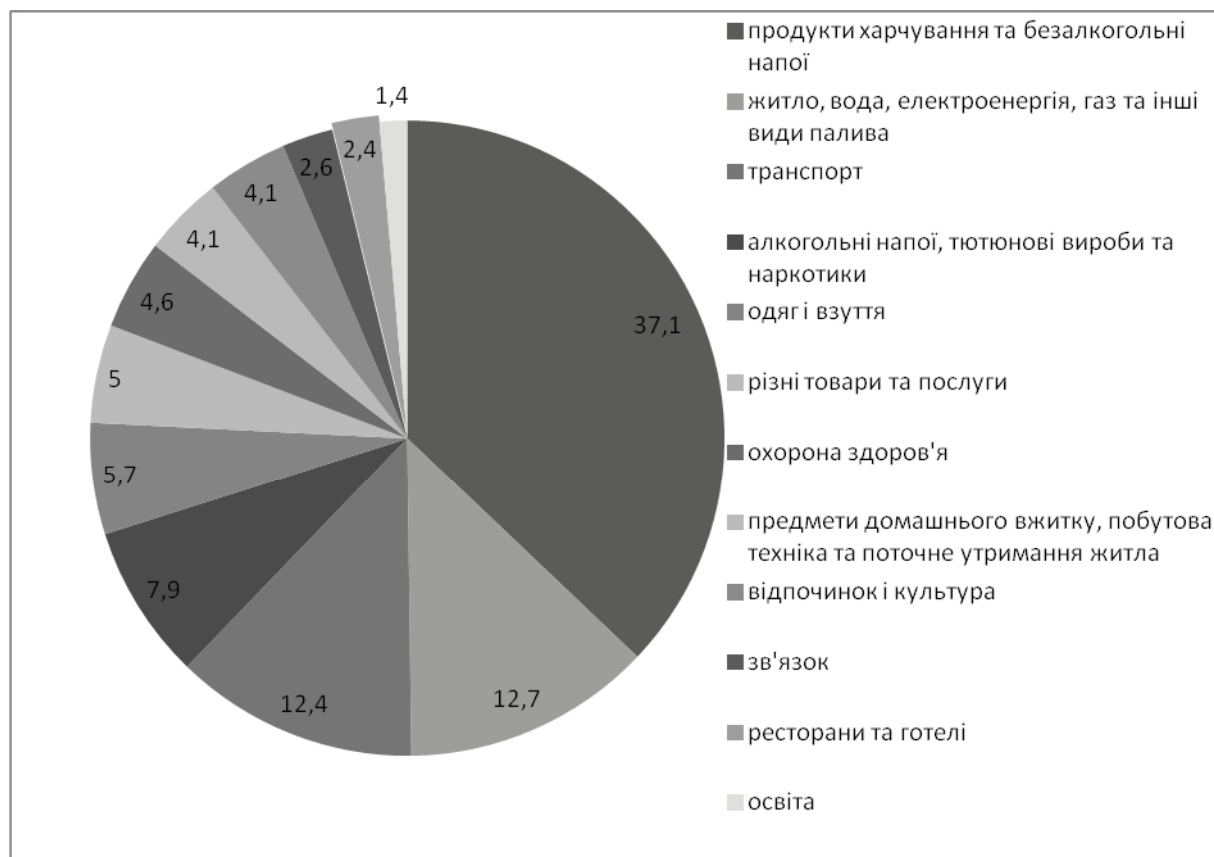


Рис. 2. Структура витрат середньостатистичного українського домогосподарства (% від загальних витрат) [6]

Можна виокремити такі аспекти в туристичній галузі України:

- наявна базова інфраструктура, однак потрібні великі капіталовкладення для її ремонту чи побудови нових об'єктів;
- нерозвиненість внутрішніх транспортних сполучень у країні, що ускладнює, робить дорожчим і більш недоступним для широких верств населення внутрішній туризм;
- низька кількість low-cost рейсів, як усередині країни, так і міжнародних;
- ціни в готелях високі, порівняно до аналогів Східної Європи;
- низька обізнаність про Україну громадян інших країн;
- практично відсутність державної політики щодо формування позитивного іміджу країни в очах громадян інших країн;
- нестабільна політична ситуація ускладнює ведення туристичного бізнесу та негативно впливає на кількість туристів, охочих відвідати Україну;
- відставання українських міст від європейських у плані безпеки, хоча ситуація і краща за російські міста [7, 3];
- низька інноваційність туроператорів та небажання комерціалізації багатьох ідей, здатних привернути увагу іноземних туристів до України.

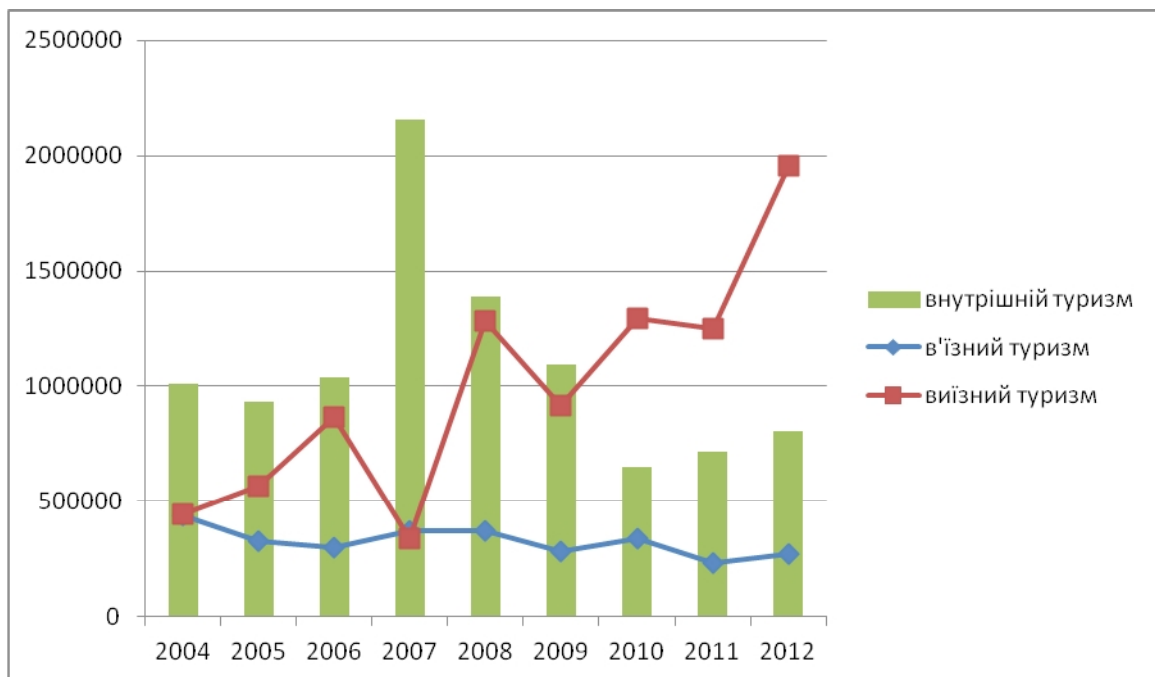


Рис. 3. Кількість в'їзних, виїзних та внутрішніх туристів в Україні, 2004-2012 роки [6]

Особливо негативним явищем є доволі низькі показники внутрішнього туризму. Україна – різноманітна країна з великою кількістю історичних пам'яток, музеїв, культурних особливостей, що спонукає до розвитку внутрішнього туризму. Однак відсутність належної інфраструктури і, особливо, дорожніх шляхів сполучення, часто нівелює ці переваги регіонів України і робить внутрішній туризм некомфортним та дорогим (як приклад, наводиться, що зі Львова до Берліна легше долетіти, ніж зі Львова до Донецька). Це зумовлює більше туристичного імпорту (виїзні туристи), водночас негативно впливає на внутрішній туризм і туристичний експорт (рис. 3).

Іншою негативною рисою є небажання комерціалізації багатьох ідей та можливостей. Наприклад, іноземні туристи (особливо з країн СНД) у Києві прагнуть відвідати відомі місця, як Києво-Печерська лавра, Софійський собор та Андріївський узвіз. Водночас, не увінчалися успіхом спроби турагентств включити в програму екскурсій такі об'єкти, як Національний художній музей і Музей Тараса Шевченка через їхню нерозкрученість і невідомість іноземним туристам [7, 3]. У випадку, коли йдеться не про великі міста, а села/містечка з унікальними історичними пам'ятками, ці дві проблеми (відсутність потрібної інфраструктури і невідомість культурних/історичних об'єктів туристам) взаємопов'язані.

Черговим негативним чинником є політична обстановка в країні. Передусім, вона погано впливає на і без того низький туристичний експорт. Більше того, завдає значних збитків і компаніям через зменшення внутрішнього туризму. На сьогодні ще невідомо і неможливо прогнозувати, чим закінчиться анексія Криму, однак уже зараз можна дійти таких висновків:

1) близько 70% відсотків усіх відпочиваючих у Криму – українці; наразі неможливо спрогнозувати, в складі чийої країни надалі буде Крим, однак з упевненістю можна сказати, що туристична галузь у регіоні зазнає значних втрат; і в разі, якщо Крим не буде найближчим часом повернутий Україні, навряд чи більшість українців продовжуватимуть відпочивати там;

2) таким чином, це стимулюватиме як переорієнтацію внутрішнього туризму з Криму на інші курорти Одеської та Херсонської обл., так і зростання туристичного імпорту, що негативно відобразиться на платіжному балансі;

3) тож, аби не провокувати збільшення туристичного імпорту, а, навпаки, збільшити доходи від туристичної галузі, потрібно розвивати інфраструктуру. Водночас, туристичні підприємства, готелі, ресторани мають працювати над підвищенням конкурентоспроможності своїх послуг.

Таким чином, на сьогодні існують значні ризики зниження прибутків в українській туристичній галузі. Попри всі вищеперераховані проблеми та ризики, все ж у туристичній галузі в Україні існують і позитивні тенденції, а саме:

– зростання кількості іноземних туристів, які відвідують такі українські міста, як Київ і Львів; Київ 2013 р. прийняв 1,66 млн туристів, які витратили \$2,8 млрд; також Київ посів перше місце в рейтингу європейських міст у номінації «напрямки світу, що розвиваються» рейтингу Travellers Choice 2012 туристичного порталу TripAdvisor [7, 2]; Reuters поставили Львів на першу сходинку у рейтингу «Топ 10 європейських міст, які потрібно побачити» [8];

– цінова конкурентна перевага (особливо порівняно з Москвою, Санкт-Петербургом);

– на *рис. 4* можна побачити середню заробітну плату й офіційний середньорічний курс долара та євро. В останні місяці гривня значно девальвувала, що означає подорожчання імпорту. Водночас, через економічні проблеми посилилася напруга на ринку праці (більше того, багато державних і приватних установ проводять скорочення штату). Ці фактори впливатимуть на платоспроможність населення. Однак подорожчання імпорту зробить недоступним відпочинок за кордоном для багатьох українців. Тож при правильному підході як держави, так і приватного бізнесу до нагальних проблем, туристична галузь може отримати значний імпульс для подальшого стійкого зростання.

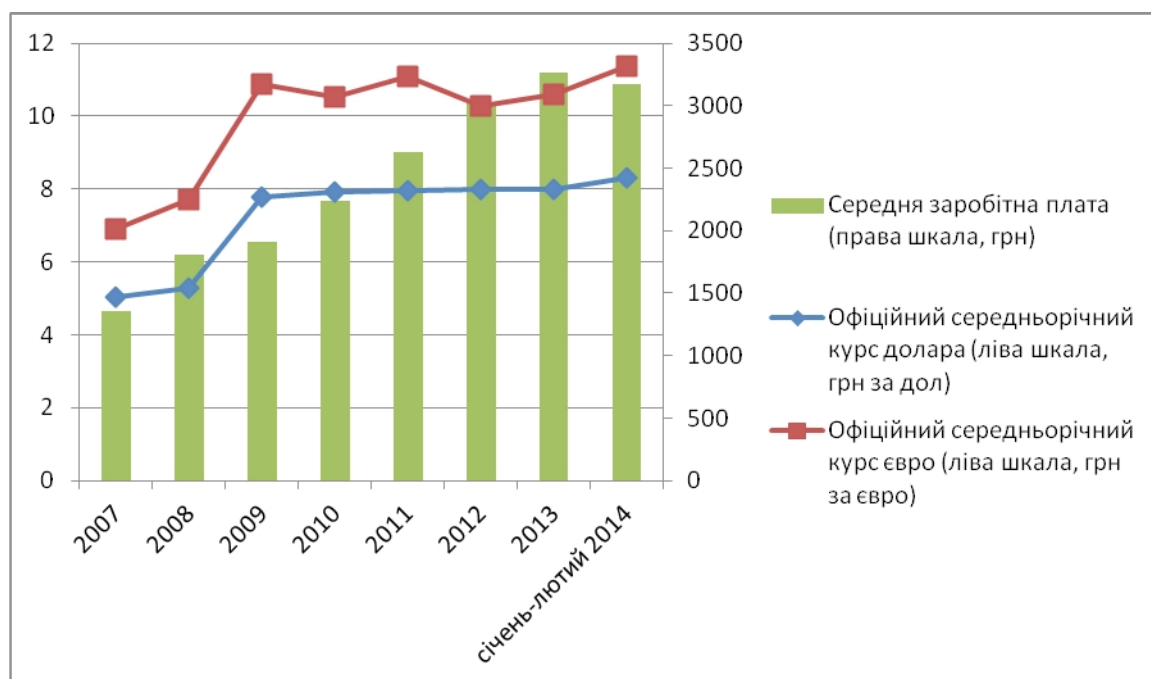


Рис. 4. Середня заробітна плата і середньорічні курси долара і євро в Україні [9]

The Economist прогнозує 2014 р. зростання туристичної галузі в світі на 5,3% – найбільше з 2010 р. [10, 89]. Україна може скористатися з цього для розвитку своєї туристичної галузі та поліпшення сальдо платіжного балансу. Але для цього вона мусить проводити відповідні дії за такими напрямками:

1) розбудова транспортної інфраструктури, що позитивно вплине як на потоки в'їзних і внутрішніх туристів, так і на діяльність галузей, які її також потребують (наприклад, Україна – транзитна держава між Європою і Євразією, і має відповідні переваги). Звісно, що за кілька років і на кошти лише держави виконати це неможливо. Тому необхідно розробити чіткий план розбудови інфраструктури з прорахованим залученням коштів із відповідних джерел (облігації, приватно-державне партнерство (PPP), співпраця з бізнесом із наданням йому певних пільгових умов при вкладанні коштів тощо);

2) докладання зусиль для формування позитивного іміджу України за кордоном, а також brand-awareness України;

3) залучення до діяльності на українському авіаринку європейських лоу-кост компаній;

4) приведення до норми політичної ситуації в країні; угамування конфлікту навколо Криму і, хоча б, переведення його з «гарячої» фази з можливою військовою інтервенцією в «холодну»;

5) популяризація внутрішнього туризму за допомогою спеціально розроблених програм, ознайомлення громадян із туристичними і культурними пам'ятками України.

Отже, українська туристична галузь стоїть перед значними викликами. Однак, усе ж має великий потенціал і можливості до розвитку. Забезпечивши роботу в перерахованих вище напрямках з метою поліпшення ситуації на українському туристичному ринку, країна може дати значний імпульс розвитку українського туризму. А в майбутньому українська туристична галузь має всі шанси стати однією з ключових в економіці. Це надає значні перспективи українським туристичним підприємствам, що працюють на експорт туризму. Таким чином, підприємства не тільки збільшать свою прибутковість, але й підтримають курс вітчизняної валюти.

Використані джерела

1. Кулешова Н.В. Аналіз сучасного стану розвитку туристичної галузі в Україні / Н.В. Кулешова // Електронний архів науково-технічної бібліотеки Харківського національного економічного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua>. – Заголовок з екрана.
2. Лапшина І.А. Перспективи розвитку туристичних послуг в умовах глобалізації / І.А. Лапшина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mev.lac.lviv.ua/downloads/vyklad/chekan/1.pdf>. – Заголовок з екрана.
3. Aid for trade and value chains in tourism // OECD/UNWTO/WTO. – 2013. – 52 р.
4. Ukraine's statistics // The World bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/en/country/ukraine>. – Заголовок з екрана.
5. Доходы от международного туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/2_dohody_ot_mezhdunarodnogo_turizma_doll_ssha_mlrd.pdf. – Заголовок з екрана.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>. – Заголовок з екрана.
7. Ксенз Л. Пролет под каштанами / Л. Ксенз // Деловая столица. – 2013. – № 29-30 (635-636). – С. 2-4.
8. Travel Picks: Top 10 European Cities To See Now // Reuters [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reuters.com/article/2013/06/21/us-travel-picks-europe-idUSBRE95K0ME20130621>. – Заголовок з екрана.
9. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua/>. – Заголовок з екрана.
10. Світ у 2014-му // The Economist/Український Тиждень. – 2013. – 146 с.