

УДК 338.48 (477)

Кривега К.В.

ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Розглянуто поняття "туристична інфраструктура", визначено основні економічні показники туристичної галузі. Проаналізовано стан туристичної інфраструктури України.

The notion "tourist infrastructure" is considered, the major economic indexes of tourist sphere are determined. The state of tourist infrastructure of Ukraine is analyzed.

У цій статті здійснена спроба сформулювати поняття та складові туристичної інфраструктури, висвітлити її стан та перспективи розвитку.

Деякі аспекти досліджуваної теми проаналізовані в роботах таких авторів, як: Любовець О.М. [1], Головашенко О.В. [2] та інших. Поза увагою дослідників-економістів залишаються питання впливу нових соціально-економічних реалій на інфраструктуру туристичного бізнесу в Україні.

Тому, автором статті ставиться завдання дати тлумачення поняття "туристична інфраструктура" та проаналізувати стан розвитку туристичної галузі.

Закономірністю сьогодення є невідомо зростаюча роль туристичного бізнесу в економічному розвитку сучасного суспільства. Зважаючи на це, навіть у тих країнах, де він ще не посів домінуючого місця в структурі дозвілля – а це стосується і сьогоденної України, – туризм привертає до себе увагу як та ланка економічної діяльності, котра здатна забезпечити значний і суттєвий господарський та фінансовий ефект. Саме з цієї причини досить актуальним у науковому плані є дослідження проблем розвитку інфраструктури туризму з метою з'ясування шляхів та способів подальшого удосконалення індустрії туризму та збагачення її соціокультурного змісту.

Слід констатувати, що питання комплексного розвитку туристичної інфраструктури в умовах ринкової трансформації економіки, і особливо впливу цієї інфраструктури на зростання виробництва якісних туристичних послуг, у вітчизняній практиці в недостатній мірі вивчені з теоретичних позицій і майже не використовуються в практичній діяльності.

Економічна діяльність в туристичній галузі полягає в забезпеченні ефективного використання наявної та створенні матеріально-технічної бази туризму, збільшенні обсягів послуг, що надаються, надходжень до бюджету держави, зростанні зайнятості населення, задоволенні його різноманітних потреб.

Туристична інфраструктура – це сукупність різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів, а саме:

- туристичні ресурси – сукупність природних, історичних, культурних, соціально-економічних та інших ресурсів відповідної території, які задовольняють різні потреби туриста:

- суб'єкти туристичної діяльності – суб'єкти господарювання, фізичні особи, зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності;

- туристична індустрія – сукупність суб'єктів туристичної діяльності, підприємства харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів;

- туристичні послуги – послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів;

– туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною. Сюди входять:

- а) послуги перевезення;
- б) послуги проживання;
- в) інші туристичні послуги, не пов'язані із перевезенням і проживанням;

– туроператор – суб'єкт господарювання – юридична особа за законодавством України, яка безпосередньо та регулярно здійснює діяльність щодо створення турпродукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг.

Основними економічними показниками туристичної галузі є:

- кількість туристів, які скористалися турпослугами;
- загальні обсяги послуг, наданих суб'єктами господарювання в туристичній галузі;
- кількість працівників, безпосередньо зайнятих в туристичній галузі.

Проаналізуємо стан туристичної інфраструктури, маючи на увазі вищенаведені показники.

Розвиток туристичної галузі України впродовж останніх трьох років характеризується позитивною та сталою динамікою. Створення нового іміджу українського турпродукту, комплексний підхід до розвитку туризму та курортів на регіональному рівні, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері, зокрема сільського зеленого туризму, зумовили неухильне зростання кількості туристів та обсягів наданих їм послуг.

Внаслідок поступального розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму кількість іноземних туристів, які відвідують Україну, щороку зростає. У 2002 р. їх кількість становила 10,5 млн. осіб, приріст склав 14,6%. Впродовж 2003 р. Україну відвідали 12,5 млн. іноземних туристів, що на 19,0% або 2,0 млн. більше, ніж у попередньому році.

Обсяг внутрішнього туризму також поступово збільшується. За попередніми даними, протягом 2003 р. Українцю подорожували 7,5 млн. внутрішніх туристів, що на 4,1% більше порівняно з 2002 р. (7,2 млн. осіб)[3].

У 2003р. збільшилось число екскурсантів та відвідувачів музеїв до 20,0 млн. осіб, що на 2,4% більше проти рівня 2002 р. (19,5 млн. осіб). Обсяг туристського споживання у 2003 р. становив 28,4 млрд. грн., приріст дорівнює 18,0% (визначено відповідно до Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності, затвердженої спільним наказом Держтурадміністрації України і Держкомстату України від 12.11.2003 № 142/394). Більш детально динаміка та головні тенденції розвитку туристичної та курортної галузей України представлені на рис. 1 (дані Адміністрації Держприкордонслужби, розрахунки Держтурадміністрації).

За кордон у 2002 році виїжджали 15 630 027 громадян України, з яких 2101283 – з метою туризму [3].

Найбільш привабливими для наших туристів є такі країни, як: Туреччина, Німеччина, Англія, Франція тощо. Більш детально цей аспект відображено в табл. 1.

З метою туризму Україну протягом 2002 р. відвідали 722 860 осіб [5]. Детальніше інформація, з яких саме країн приїжджали туристи, подана в таблиці 2, яка складена на основі даних, приведених в статті С. Астрахова [3].

У 2003 р. в Україні було – 5300 ліцензованих суб'єктів господарювання у сфері туристичного бізнесу, з них за 2002 р. звітувалися лише 3600. З них майже 800 суб'єктів ніякої діяльності не вели. 100 найбільших суб'єктів у сфері туристичного бізнесу України дають 71% обсягу всіх туристичних послуг, що були надані в Україні, а також 96% платежів у бюджет і 51% зайнятості в цій сфері.

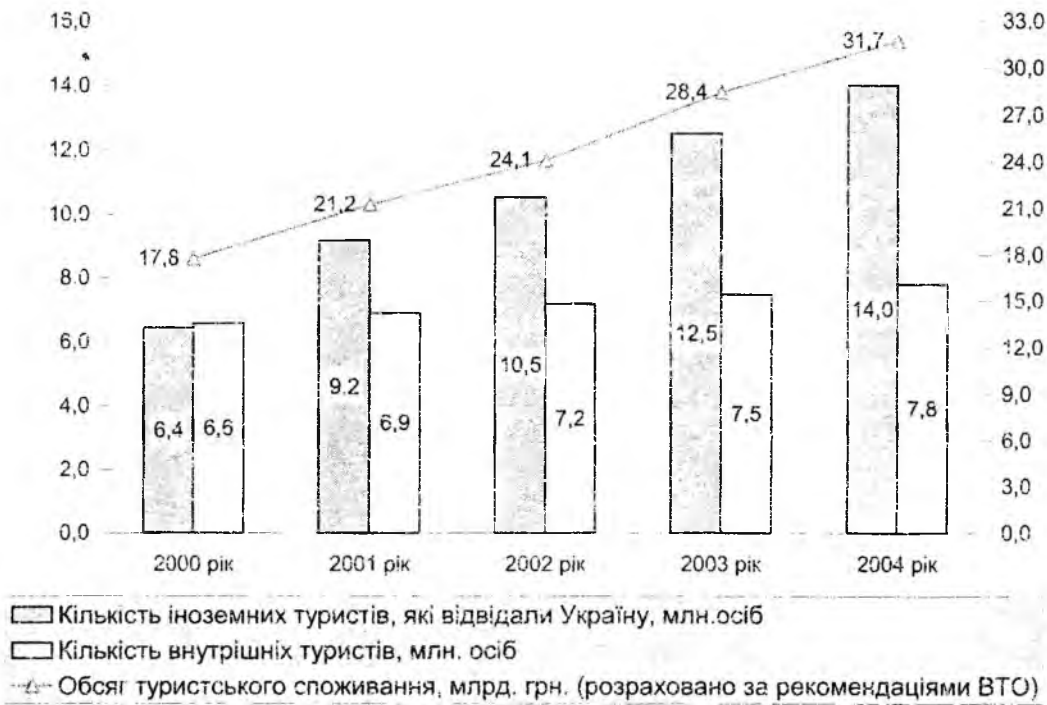


Рис. 1. Динаміка та головні тенденції розвитку туристичної та курортної галузей

Таблиця 1

Кількість туристів з України, які відвідали в 2002 р. такі країни

Країни	Кількість туристів із України
Туреччина	61 478
Німеччина	36 816
Англія	12 617
Франція	11 755
Іспанія	10 514
Італія	9 610
Греція	6 907
Канада	6 607
Єгипет	5 230

Сьогодні на в'їзд туристів в Україну працює згідно зі звітністю близько 400 фірм, але щільно цим займаються лише 20 [5].

Дослідження просторової взаємодії національних туристичних ринків дозволило виявити низку закономірностей:

– ринок туристичних послуг пов'язаний з іншими ринками процесами обміну, характер та інтенсивність яких значною мірою залежить від рівня соціально-економічного розвитку;

– попит на послуги туризму формується під дією об'єктивно-суб'єктивних умов і чинників, тому підвладний коливанням, які зумовлюють сезонний характер туристичної діяльності. Ці коливання проявляються і в часі, і в просторі, впливаючи на характер туристичного процесу: його ритміку, напрямки руху, величину потоків та інші параметри. Коливання попиту в часі задають певну ритмічність туристичному процесу протягом певних відрізків часу (особливо протягом року, формуючи "гарячі" та "мертві" сезони). Просторові

особливості попиту (полит на певні види, форми туризму, райони) визначаються туристичною привабливістю, модою та кон'юнктурою, формуючи територіальну структуру туризму;

Таблиця 2

Кількість іноземців, які відвідали Україну в 2002 р. із метою туризму [4]

Країна	Кількість туристів
Польща	131 929
Росія	239 989
Білорусь	67 583
Молдова	65 952
Угорщина	42 138
Німеччина	38 701
Ізраїль	37 697
Англія	13 699
США	9 368
Франція	7 147
Словаччина	5 674
Італія	4 769
Канада	2 090
Румунія	640
Японія	634

– туристичний ринок характеризується нестабільністю попиту, його мінливістю в часі та в просторі, мобільністю. Зростання рухомості населення підвищує мобільність попиту (і на традиційні, і на нові види, форми та райони туризму) і потребує відповідної мобільності від пропозицій. У той же час існує певний розрив у часі та просторі між рухомих, динамічним попитом та переважно стаціонарною постійною пропозицією, що негативно впливає на економічну ефективність туризму;

– ринок туристичних послуг – багаторівневий і може бути стратифікований (за різними ознаками). За таксономічними ознаками це має таку структуру: глобальний рівень – світовий ринок туристичних послуг; макрорівень – регіональний ринок; мезорівень – національний ринок; мікрорівень – місцевий ринок; тепорівень – зона дії туристичного підприємства;

– створення туристичного продукту ґрунтується на наявних ресурсах і вимогах певного кола споживачів і тому територіально обмежене, його реалізація просторово локалізована, але цей продукт є складовою частиною не тільки місцевого туристичного ринку, а й ринків вищого порядку (від національного до світового залежно від характеру турпродукту);

– економічні та функціональні ознаки лежать в основі явища багатоступінчастого обміну. У туристичному процесі, параметри якого характеризують діяльність ринку туристичних послуг, спостерігається вище багатоступінчастого обміну, пов'язане з рівнем соціально-економічного розвитку територій і відповідним рівнем цін на турпродукт. Тобто в міжнародному туристичному процесі переважають потоки з країн із високим рівнем економічного розвитку в країни із середнім рівнем економічного розвитку (при інших незмінних компонентах); із країн із середнім рівнем розвитку – у країни нижчого рівня розвитку. Це зумовлене більш низьким рівнем цін та вартістю життя, що діють в країнах нижчого щаблю і приваблюють потенційних туристів помірними цінами турпродукту. Дія цього чинника обмежена можливостями індустрії туризму країни нижчого щаблю щодо створення комфортних і безпечних умов проведення дозвілля та

дотримання відповідного рівня життя, який був би не гірший, ніж в країні постійного проживання туристів. Ось чому не спостерігається значного потоку з країн із високим рівнем життя в країни з найнижчим рівнем [6].

На наш погляд можна виокремити такі проблеми розвитку інфраструктури туристичного бізнесу в Україні:

1. Функціонування та регулювання сучасної туристичної інфраструктури в Україні не в повній мірі відповідає вимогам ринкової економіки. Це, зокрема проявляється в законодавчому неврегульовані деяких питань щодо власності об'єктів туристичної інфраструктури взагалі і землевідводу під них зокрема.

2. Низька якість туристичних послуг, що надаються суб'єктами туристичного бізнесу в Україні споживачам, не виокремлення в туристичному продукті його ексклюзивної складової.

3. Недостатньо враховується той момент, що функціонування та розвиток туристичної інфраструктури в Україні вже сьогодні визначається не тільки ситуацією на внутрішньому ринку, а становищем у гео економічній системі глобальних процесів. Так, наприклад, сама Україна "наповнити" кримський курорт не може, отже, туристична інфраструктура Криму виявляється залежною від рекреаційної кон'юнктури як в системі СНД, так і в усьому світі.

4. Низький рівень припливу інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури як з боку держави, так і приватного сектору вітчизняної економіки. Необхідна структурна перебудова і розробка нових пріоритетів, треба відмовитися від старих міфів та ілюзій. В основу всієї роботи слід покласти нову оцінку і нову роль курорту та туристичного бізнесу.

В умовах глобалізації хороші природнокліматичні умови – далеко не головне для ефективного функціонування туристичної інфраструктури. Так, наприклад, якщо за радянських часів кримська рекреація не була бізнесом, то сьогодні вона стала цілком ринковим бізнесом, а це призвело до того, що потреба в усіх ресурсах цих кризових галузей почала задовольнятися з-за меж Криму. Це призвело до того, що із кримської економіки вимивається більша частина – від 50 до 60 відсотків! – курортного прибутку, який міг би залишатися в розпорядженні автономії і сприяти подальшому розвитку туристичної інфраструктури. Економісти вважають, що сьогодні важливіше домагатися не так збільшення припливу грошей, як зменшення їх відпливу.

Таким чином констатуємо, що для України, як і для багатьох країн світу, туризм є чинником економічного підйому, фактором вдосконалення суспільних відносин, становлення неформальних соціальних інститутів, котрі є суттєвою складовою громадянського суспільства. Туризм, за умови його належної організації та регулювання, є ефективним соціальним інститутом, який може продуктивно розв'язувати невідкладні економічні та соціальні проблеми сучасного українського суспільства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці на світовому туристичному ринку у напрямку досягнення якісно нового рівня суспільного розвитку.

Література

1. Любовець О.М. Актуальні проблеми історії розвитку туризму на українських землях // Філософія і культурологія туризму. – К., 2001.- 137с.
2. Головащенко О.В. Туризм як соціальне явище і його розвиток в Україні // Нова парадигма: Альманах наукових праць. Вип. 17. – Запоріжжя: Вид-во ЗДУ, 2000. – С. 6-10.
3. Астрахов С. Кудас нас манит ветер странствий // "2000". – 2003. - № 9 (161). – 28 февраля.- С. 6-7.
4. Астрахов С. В Украину едут со всего мира // "2000". – 2003. - № 9 (161). – 28 февраля.- С.6-7.
5. Бажал И. Туризм в Законе // "Зеркало недели". – 2002. - № 49 (424). – 21 декабря.- С.4-5.

6. Шищенко П.Г., Любичева О.О. Географія туризму: загальні закономірності та тенденції розвитку // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II-ї Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня, 2001 р.). – К., 2002. – 560 с.

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Плаксієнком В.Я.02.02 95

Надійшла до редакції
18.01.05