

УДК 338.48 (477)

Ворошилова Г.О.,

к. е. н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
Інститут готельно-ресторанного і туристичного бізнесу  
Київського національного університету культури і мистецтв, м. Київ

### ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

*У статті розглядаються актуальні проблеми та можливі шляхи оптимізації міжнародного ринку туристичних послуг в Україні. Проведено комплексний аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні. Виявлено основні проблеми у законодавчій базі України щодо розвитку міжнародного туризму в державі. Автором проаналізовано скасування ліцензування турагентської діяльності в Україні, на основі чого було зроблено відповідні висновки. З'ясовано, що ліцензування турагентської діяльності в Україні було дієвим механізмом виявлення професіоналів туристичного ринку і стримуючим чинником для проникнення на ринок неякісних компаній. Наголошується на необхідності посилення ролі держави у формуванні та розвитку туристичної галузі.*

*Ключові слова:* міжнародний туризм, туристична галузь, пріоритетні напрями державної підтримки розвитку туризму.

### ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В УКРАИНЕ

Ворошилова А.А.

*В статье рассматриваются актуальные проблемы и возможные пути оптимизации международного рынка туристических услуг в Украине. Проведен комплексный анализ развития международного туризма в Украине. Выявлены основные проблемы в законодательной базе Украины относительно развития международного туризма в стране. Автором проанализирована отмена лицензирования турагентской деятельности в Украине, на основе чего сформулированы соответствующие выводы. Сделан вывод о том, что лицензирование турагентской деятельности в Украине было действенным механизмом выявления профессионалов туристического рынка и сдерживающим фактором для проникновения на рынок некачественных компаний. Отмечается необходимость усиления роли государства в формировании и развитии туристической отрасли.*

*Ключевые слова:* международный туризм, туристическая отрасль, приоритетные направления государственной поддержки развития туризма.

### PROBLEMS AND WAYS OF OPTIMIZATION OF THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET IN UKRAINE

Voroshlyova A.

*The article discusses current problems and possible ways of optimization of the international market of tourist services in Ukraine. A comprehensive analysis of the development*

*of international tourism has been conducted in Ukraine. The basic problems have been found in the legislative base of Ukraine concerning the development of international tourism in the state. The author has analyzed the abolition of licensing of travel agencies in Ukraine on the basis of which relevant conclusions were done. It is found out that the licensing of travel agencies in Ukraine was an effective mechanism for identifying professionals in the tourism market and a retentive factor for penetration of low-quality companies. It is grounded that for the sake of providing of effectiveness of cooperation of tour operators and travel agents in the conditions of abolition of licensing, can serve as a scheme of franchise relations, which is quite popular in many countries of the world, as well as the creation of large tour operators own network (agencies) retail sales tours. Thus, there is a need to strengthen the role of the state in the formation and development of the tourism industry.*

*Keywords: international tourism, tourism industry, priority directions of government support for tourism development.*

**Постановка проблеми.** Міжнародний туризм в Україні розвивається у тісному взаємозв'язку з іншими формами міжнародної життєдіяльності і динамічно реагує підйомом або спадом темпів зростання на політичне, економічне становище, кризові явища окремих країн та регіонів світу. Сучасний тренд розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується транснаціоналізацією міжнародної економічної діяльності та інтенсивним включенням національних галузевих ринків до системи світового ринку туристичних послуг. Однак економічний ефект від транснаціоналізації залежить, передусім, від рівня конкурентоспроможності національних продуктів, які країна може запропонувати на міжнародній арені.

Найбільшою мірою це стосується міжнародного туризму, як найбільш інтернаціональної сфери суспільної діяльності. На відміну від багатьох інших галузей економіки, туризм не призводить до виснаження природних ресурсів. Туризм, будучи орієнтованою на експорт галуззю, проявляє велику стабільність в порівнянні з іншими галузями в кризових умовах на світових ринках.

Міжнародний туризм є досить стійким до кризових явищ, що підтверджують дані ЮНВТО [1], і саме в умовах посткризового періоду індустрія туризму вимагає менше капіталовкладень у порівнянні з промисловістю та сільським господарством, значно швидше дає віддачу, вирішуючи разом з цим соціальні проблеми, а також сприяє формуванню позитивного іміджу держави на світовому рівні. При цьому розвиток міжнародного туризму в Україні має благодійні наслідки не лише на загальнодержавному, але і на регіональних та локальних рівнях, забезпечуючи комплексність використання територій при збереженні їх історичної, культурної, архітектурної та природної спадщини. Отже, інтенсивний розвиток міжнародного туризму в країні – це стратегічний шлях піднесення соціально-економічного розвитку України в цілому, вирішення проблем на ринку праці, інфраструктурного забезпечення, підвищення добробуту населення, зростання ВВП, зменшення інфляції, подолання соціальних та екологічних негараздів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Міжнародний ринок туристичних послуг, незважаючи на наявність певних стандартів та правил, дуже складний для аналізу та прогнозування. Значний внесок у дослідження проблем розвитку міжнародного ринку

туристичних послуг зробили такі відомі зарубіжні учені як: Р. Бартон, Дж. Боуен, Дж. Вокер, Ф. Котлер, Р. Ланкар та ін. Крім того, дослідженню проблем туристичної галузі також присвячені роботи вчених В.І. Азара, І.Т. Балабанова, В.С. Барчукової, В.Г. Гуляєва, І.В. Зоріна, Д.К. Ісмаєва, В.О. Квартальнова, О.С. Копанева, Г.А. Папіряна, Є.П. Пузакової, В.С. Сеніна, В.А. Честнікової, Т.М. Циганкової, А.С. Філіпенка, І. М. Школи. У роботах зазначених авторів висвітлюються питання становлення та розвитку ринку туристичних послуг, його ролі у системі світової торгівлі, визначаються форми та види туризму, приділяється увага особливостям функціонування сучасної туристичної індустрії, аналізуються загальні напрями розвитку цієї сфери господарювання.

Проте, слід зазначити, що питання дослідження проблем та шляхів оптимізації міжнародного ринку туристичних послуг в Україні ще не знайшли достатнього висвітлення у працях вчених-економістів, що послаблює можливість використання таких досліджень у розробці практичних заходів з підтримки розвитку ринку міжнародних туристичних послуг. Саме цим визначається актуальність статті, її мета та завдання.

**Мета статті** полягає у виявленні проблем та обґрунтуванні шляхів оптимізації пріоритетних напрямів розвитку туристичної галузі України.

**Основні результати дослідження.** У багатьох країнах, де ринок туристичних послуг є провідною галуззю, міжнародний туризм складає значну частку ВВП: частка туризму в економіці Франції становить 7,1%, Хорватії – 17,0%, Греції – 15,8%, Іспанії – 10,2%, Росії – 6,5% [2]. Частка туризму в економіці України складає лише 1,6% ВВП (9% – усі пов'язані сектори) [3].

За даними Travel and Tourism Competitiveness Report 2011 Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) у 2011 році Україна зайняла 85 місце серед 139 країн за рівнем конкурентоспроможності туристичного сектору економіки (тоді як у 2010 році країна посіла 77 місце), за якістю доріг – 74 місце, за кількістю місць у готелях – 113, а за рівнем цінової доступності в них – 115, за відкритістю для туризму – 88, за ефективністю маркетингу та брендингу – 120, за пріоритетністю туризму для держави – 101 місце [9]. У 2011 році Україна виявилася на одному рівні з Намібією (84 місце) та Гватемалою (86 місце). Такий стан вимагає нових підходів до формування перш за все державної політики розвитку туризму та системи її забезпечення.

Таким чином, аналіз наведених даних показує необхідність посилення ролі держави у формуванні та розвитку туристичної галузі з метою підвищення ефективності її функціонування.

Законодавча база України [5; 6] цілком відображає основні ідеї міжнародного законодавства стосовно переваг у становленні та розвитку туризму в країні. Однак, головною проблемою, на нашу думку, є відсутність єдиної державної цільової програми розвитку туризму з обґрунтуванням не лише переваг туристичної галузі в країні, а й чіткої стратегії з прописаним переліком дієвих заходів на державному, регіональному та місцевому рівнях. Серед інших негативних чинників, що впливають на розвиток міжнародного туризму в Україні слід відзначити:

– недосконалість дієвої нормативно-правової бази, яка б ґрунтувалася на врахуванні накопиченого світового досвіду, але з вдосконаленням відповідно до національної специфіки макросередовища туристичної галузі;

- недостатній рівень транспортного та сервісного обслуговування;
- необхідність удосконалення сучасної системи кадрового забезпечення туристичної сфери, підвищення рівня професіоналізму працівників;
- нестабільність та недосконалість податкової системи, особливо стосовно інвестицій у туристичну галузь;
- відсутність комплексності в управлінні розвитком і функціонуванням туристичної галузі, а також координації взаємодії туристичних організацій з іншими суб'єктами господарювання (транспортними компаніями, готельними підприємствами тощо);
- відсутність чіткого механізму залучення інвестицій у туристичну галузь та регулювання цього процесу;
- недосконалість маркетингової політики та рекламно-інформаційних, іміджевих заходів, спрямованих на просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку тощо.

Аналіз ситуації свідчить про необхідність державного комплексного підходу до вирішення проблем, що накопичилися, у сфері в'їзного і внутрішнього туризму. За умови збереження ситуації, що склалася у сфері туризму України на даний час, найближчими роками може статися зниження туристичних потоків до України, що може призвести до:

- подальшого зносу об'єктів туристської інфраструктури і зниження якості надаваних туристичних послуг, що спричинить падіння конкурентоспроможності українського туристичного продукту;
- зниження податкових надходжень від туристичної діяльності до бюджетів усіх рівнів і зменшення доходів населення;
- зниження рівня зайнятості населення і підвищення соціальної напруженості;
- зростання цін на туристичні послуги і зниження доступності туризму для широких верств населення;
- збільшення виїзного турпотoku і зростання вивезення капіталу з країни;
- зниження доходності і інвестиційної привабливості туристичної галузі;
- скорочення кількості суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері туризму;
- відтоку молодих і перспективних кадрів за кордон, де за рахунок українського трудового ресурсу підвищуватиметься якість туристичного продукту приймаючих країн і конкуруючих напрямів.

Вважаємо, що державне сприяння розвитку туристичної діяльності має реалізуватися за двома напрямками – економічним і організаційним. Економічні заходи державної підтримки дають прямі пільги і стимулюють діяльність фінансово (податки, дотації, інвестиції тощо), організаційні – створюють сприятливі умови для туристичної діяльності і можуть бути поділені на такі, що визначають безпеку і такі, що регулюють ринок туристичних послуг (легкий доступ до кредитів, близькість інфраструктури тощо).

Слід зазначити, що поділ державних функцій з організації та формування туристичної політики у країні є центральним завданням у реформуванні сфери туристичних послуг. При цьому оптимізації потребують організаційні та економічні заходи державної підтримки за сприяння активної маркетингової державної підтримки.

Дуже суперечливим є скасування ліцензування турагентської діяльності відповідно до Закону України № 2608-VI від 19.10.2010 "Про внесення змін до деяких законодавчих актів

України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності”, тому що, по-перше, це суперечить європейським стандартам, і по-друге, це є першим кроком до саморегуляції туристичного ринку в країні. Одним з інструментів державного регулювання в країнах Європи є використання спеціальних інструментів регулювання підприємницької діяльності організаторів (туроператорів) та продавців турів (турагенцій). В Україні до 2010 року таким інструментом було ліцензування туроператорської та турагентської діяльності, що здійснювалось на підставі Закону України від 01.06.2000 року №1775-III “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. Зокрема, згідно з Наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва Міністерства культури і туризму України від 11.09.2007 року №111/55 для отримання ліцензії на турагентську діяльність компанія повинна відповідати кваліфікаційним вимогам щодо кадрового складу працівників:

- керівник турагента чи керівник філії, іншого відокремленого підрозділу турагента (юридичної особи) повинен мати стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

- у штаті турагента (юридичної особи) повинно налічуватись не менше 30 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

- турагент – суб’єкт підприємницької діяльності – фізична особа повинен мати освіту в галузі туризму.

Відповідно до Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності” № 2608-VI від 19.10.2010 ліцензування турагентської діяльності скасовано.

Очевидно, ліцензування турагентської діяльності в Україні було дієвим механізмом виявлення професіоналів і стримуючим чинником для проникнення на ринок неякісних компаній. Оскільки зараз альтернативної системи входу на ринок не передбачено, продавати туристичний продукт можуть і не професіонали туристичного бізнесу, що може призвести до хаосу в роздрібних продажах та появи великої кількості фірм-одноденок. Прикладом цього є досвід російського ринку туристичних послуг, на якому туристичні агенції, що не входили до складу роздрібних мереж крупних туристичних операторів, після відміни ліцензування цього виду господарської діяльності у 2007 році збанкрутували і зникли з туристичного ринку.

Важливим аспектом у забезпеченні ефективності співпраці туроператорів і туристичних агентів в умовах, що склалися на українському ринку туристичних послуг у зв’язку із скасуванням ліцензування туристичних агенцій, може слугувати схема франчайзингових взаємовідносин, яка є дуже популярною у багатьох світових державах (Німеччина, США, Канада, Росія тощо). Розвиток франчайзингових взаємовідносин у сфері туристичних послуг в Україні сприятиме росту мереж та появи нових учасників ринку туристичних послуг, що позитивно відіб’ється на впровадженні нових технологій, диференціації обслуговування, підвищенні якості обслуговування та вдосконаленні програм маркетингу. Іншим можливим аспектом може бути створення крупними туристичними операторами власної мережі (агенцій) роздрібною продажу турів. На Україні такі крупні туристичні оператори як Tez Tour (Росія), TUI (Німеччина) вже мають мережу власних

туристичних агенцій та вдало реалізують туристичні продукти через свою мережу агенцій, так само як і реалізують їх, співпрацюючи з іншими туристичними агентствами. Це, на нашу думку, може сприяти створенню конкуренції на ринку туристичних послуг, з якого вимушені будуть ліквідуватись неконкурентоспроможні компанії, як вже існуючі, так і новостворені.

Разом із скасуванням обов'язкового ліцензування турагентської діяльності проблема професійної підготовки та перепідготовки кадрів для туристичної сфери в країні може стати не актуальною. Однак, у провідних туристичних країнах підвищення рівня професіоналізму кадрів розглядається як важливіший чинник створення конкурентоспроможного ринку якісних туристичних послуг.

Економічна підтримка державної політики заохочує розвиток туристичної галузі, застосовуючи для цього бюджетні, інвестиційні та фіскальні заходи. Зокрема, бюджетні заходи можуть включати державне фінансування з бюджету, складеного для сфери туризму, у таких формах:

- позики за низьким відсотком, призначені для інвестування проектів розвитку туристичної інфраструктури;
- субсидії, призначені для заохочення пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- надання субвенцій з державного бюджету обласним бюджетам країни на фінансування ремонтно-відновних, реставраційних робіт пам'ятників архітектури та культурної спадщини тощо.

Заходи щодо регулювання грошового обігу в складі державної політики розвитку туризму в основному застосовують для підтримки міжнародної конкурентоспроможності туристичного продукту країни. Наприклад, деякі країни Азії знижують обмінний курс національної валюти шляхом девальвації, стимулюючи тим самим попит міжнародного туризму. У частині фіскальних заходів у складі державної політики розвитку туризму застосовують податкові пільги до діяльності туристичних фірм, які можуть включати повне або часткове звільнення від податків.

Держава також може регулювати ціни на туристичні продукти і послуги, захищаючи інтереси туристів від надлишкових витрат, а також налаштувавши національні туристичні компанії на довгострокові інтереси туристичного бізнесу країни. Багато пам'яток в Україні знаходяться у сфері впливу державного сектору економіки, більшість авіакомпаній контролюються державою, а в багатьох країнах, які розвивають туризм, готельні послуги також підлягають регулюванню з боку держави. Крім того, соціальна інфраструктура, транспортні мережі вважаються природними монополіями, які, як правило, також знаходяться під державним контролем. Держава побічно може вплинути на ціну туристичного продукту за допомогою економічних важелів, використовуючи валютний контроль (обмеження обміну валюти), за допомогою податків від продажів та відкриття магазинів у митних зонах тощо.

**Висновки.** Таким чином, оптимальним механізмом розвитку міжнародного туризму в Україні є політика забезпечення стійкого поступального розвитку шляхом активізації та впровадження ефективних заходів державного регулювання на основі, перш за все, розробки та прийняття єдиної цільової програми розвитку туризму, яка має бути збалансованою щодо чинних туристичних потоків і ресурсних можливостей України.

1. Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/>
2. OECD Tourism Trends and Policies 2012. – Paris: OECD Publishing, 2012. – 426 p.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Міністерство інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/>
5. Закон України “Про туризм” (№324/95-ВР) від 15.09.1995 р. (з подальшими змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 43. – С. 15-24.
6. Про внесення змін до Закону України “Про туризм” щодо надання туристичних послуг: Закон України від 09.02.2012 № 4385-VI / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
7. World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.wttc.org](http://www.wttc.org)
8. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки” від 29 квітня 2002 р. №583 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
9. Blanke J. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 / Jennifer Blanke, Thea Chiesa. – Geneva: The World Economic Forum Publications, 2011. – 531 p.