

УДК 338.48/001.36

Т.С. Трусова, асп.

(Національний університет «Львівська політехніка»)

АНАЛІЗ МАКРООТОЧЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

У статті досліджено особливості й історичні передумови розвитку сучасної туристичної політики. Проведено порівняльний аналіз стану туристичної галузі України з використанням міжнародних статистичних даних з метою ефективного використання досвіду Туреччини.

Ключові слова: макрооточення, туристичне підприємство, туристична політика.

В статье исследованы особенности, а также исторические предпосылки развития современной туристской политики. Проведен сравнительный анализ туристского потенциала Украины с использованием международных статистических данных с целью эффективного использования опыта Турции.

Ключевые слова: макросреда, туристическое предприятие, туристическая политика.

In the article the peculiarities and historical preconditions for development of the modern tourist policy have been studied and the analysis of the tourist potential of Ukraine has been carried out on the basis of the international statistical data to effective use experience of Turkey.

Keywords: macro environment, a travel company, tourist policy.

Постановка проблеми. Макрооточення створює загальні умови діяльності підприємства й здійснює постійний вплив на його діяльність, однак рівень впливу зовнішнього оточення на туристичні підприємства неоднорідний, що є однією з головних причин і необхідних умов обмеження або розширення сфери діяльності туристичних підприємств.

Поряд з іншими факторами й умовами зовнішнього оточення державна політика є одним з найважливіших зовнішніх чинників, що формує зовнішнє середовище туристичного бізнесу, в якому діють підприємці. Роль держави у розвитку туристичних підприємств є актуальною темою сучасних наукових розвідок.

На думку Г.І. Кіндратської [1, с. 119], аналіз макрооточення передбачає вивчення впливу демографічної, економічної, природної, технологічної, політико-правової та соціально-культурної компонент.

Сучасний стан туристичної галузі України вимагає проведення поглибленого аналізу державної політики у сфері туризму. Саме проблематиці державного впливу на діяльність туристичних підприємств і присвячена наша стаття.

Яскравим прикладом проведення вдалого державного втручання у туристичний бізнес є Туреччина. Про це свідчать дані Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО): за 5 років Туреччина піднялася на 5 позицій у рейтингу найбільш відвідуваних країн, тому досвід цієї країни є цікавим для використання його у реаліях української економіки.

Особливу актуальність державне втручання в діяльність туристичних підприємств набуває в реаліях вітчизняної економіки, що характеризується низкою негативних зовнішніх впливів у економічному, соціокультурному, технологічному, екологічному, демографічному та інших аспектах. Ці негативні впливи повинні нейтралізувати саме дії держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням напрямів і принципів державної політики розвитку туристичного бізнесу займалися такі науковці, як: Г.І. Кіндрацька [1], Л.В. Ковинєва [2], Д.А. Корнева [3], М.П. Мальська [4], Ю.В. Мігущенко [5], Н.Б. Чорненька [6, с. 240-252]. Науковці по-різному оцінюють підходи держави до політики регулювання туризму, виокремлюючи різні методи, важелі та рівні втручання в туристичну галузь. Однак питання конкретики засобів державного впливу на діяльність

окремого туристичного підприємства, процеси планування та прогнозування його діяльності є недостатньо висвітленими і фрагментарними.

Метою статті є аналіз сучасного стану політико-правової компоненти макрооточення туристичного підприємства й визначення таких його форм і методів, що сприятимуть ефективному функціонуванню конкретного туристичного підприємства. Досягнення поставленої мети реалізується через розв'язання наступних *завдань*: дослідити історичні передумови сучасної туристичної політики України; провести критичний аналіз законодавства України, що регулює туристичну діяльність; визначити місце України на міжнародній туристичній арені; запропонувати шляхи вирішення проблем і можливі напрями поліпшення ситуації.

Виклад основного матеріалу. Для того щоб виявити особливості сучасної державної політики розвитку туризму в Україні, необхідно розглянути й проаналізувати основні етапи її формування.

Складна соціально-економічна система, якою є сучасний туристичний бізнес, є продуктом тривалого історичного розвитку, які поступово вбирав у себе основний зміст всіх політичних та економічних процесів, що відбувалися в країні. Так, директивна економіка радянської доби не виправдала себе ні з економічної, ні з соціальної точок зору. Основними туристичними підприємствами, що здійснювали туристичну діяльність на території СРСР, були: Комітет з іноземного туризму та Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник», що відповідали за організацію іноземного туризму; Центральна рада з туризму та екскурсій регулювала стан внутрішнього туризму; Центральна рада з управління курортами профспілок відповідала за оздоровчий відпочинок і санаторно-курортне лікування.

Значним недоліком радянської організації системи управління туристичною галуззю була відсутність ринкової координації конкуренції між цими управлінськими структурами.

Перебудова в СРСР поклала початок розпаду централізованих організаційних структур управління туризмом. Крім того, в радянській системі організації туризму був практично відсутній досвід управління підприємствами в умовах конкурентного середовища та повного самофінансування й самоокупності, що призвело до повної неготовності роботи туристичних підприємств в умовах трансформаційних процесів і світових стандартів.

Така ситуація ускладнювалася відсутністю належного державного контролю за розвитком туризму, єдиної системи нормативно-технічної документації для контролю за фінансовою та правовою діяльністю підприємств, державної сертифікації туристичних підприємств і розробки ними туристичних продуктів, якісної законодавчої бази туристичного бізнесу, ефективного регіонального регулювання й планування розвитку туризму, ефективних механізмів державного залучення інвестицій у сферу туризму, інформаційної бази, професійних кадрів, методичних підходів до планування діяльності туристичних підприємств [2, с. 45-47].

Сьогодні в Україні діяльність туристичних підприємств регулюють більше шестидесяти законодавчих документів, основними з яких є Закони України «Про туризм» [7, с. 8], «Про курорти» [7, с. 32], Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках» [8, с. 91], Розпорядження «Про схвалення стратегії розвитку туризму і курортів» [12], Наказ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності» [7, с. 105] та ін.

Важливим програмним документом у сфері розвитку туризму в Україні стала Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 рр., якою були передбачені важливі заходи для раціонального, збалансованого й ефективного розвитку туристичної сфери. Це зумовлює необхідність скоординованої співпраці між різними органами виконавчої влади, міністерствами й відомствами. Проте обмежене державне фінансування туристичної сфери в Україні протягом кількох років спричинило неналежне виконання передбачених заходів, в тому числі через відсутність громадського моніторингу та публічного звітування органів

державного управління про виконання програмних завдань, а також збільшення кількості туристичних агентств, які у своїй діяльності не орієнтуються на розвиток внутрішнього та в'їзного туризму [5, с. 491]. Головним джерелом інвестицій у цій сфері мають бути власні кошти підприємців.

Проте однією з основних проблем, що заважає розвитку сучасного туристичного бізнесу, залишається низький рівень якості туристичних послуг. Особливо гостро ця проблема постала після відміни ліцензування туристичної діяльності турагентів. На цей крок українські законотворці пішли, враховуючи вимоги Європейського Союзу та Всесвітньої торговельної організації до українського законодавства. Внаслідок цього збільшилася кількість турагентів, що не мають банківської гарантії та уникають цивільно-правової відповідальності за якість наданих туристичних послуг і недовіру туристів.

Характеризуючи сучасний стан туристичного бізнесу, варто зазначити, що туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки України. У 2011 р. сума доходу тільки від міжнародного туризму склала 4,3 млрд грн [9], а у рейтингу найпопулярніших маршрутів 2012 р., опублікованому відомим журналом «Forbes» («Форбс»), Україна займає третю позицію.

Аналіз статистичних даних ЮНВТО щодо розвитку туристичного бізнесу в Україні вказує на нестабільність у динаміці міжнародних туристів. Так, для порівняння ми обрали Туреччину як країну, що має деякі спільні риси з Україною (наявність туристичного потенціалу, розмір території, наявність морських курортів) та за останні роки зробила швидкий ривок у розвитку туристичного сегменту економіки.

За даними ЮНВТО, у 2006 р. Україна і Туреччина мали майже однаковий туристичний потік з-за кордону – 18,9 млн осіб [10] (рис. 1). Проте лише за 5 років (2007-2011 рр.) у рейтингу ЮНВТО Туреччині вдалося піднятися за кількістю в'їзних туристів з 9-го на 6-е місце (відповідно у 2007 р. – 20,3 млн осіб, у 2011 р. – 29,3 млн осіб), обійшовши не тільки Україну, а й такі розвинені туристичні країни, як Німеччина та Великобританія [9, 10]. Загалом за 5 років міжнародний туристичний потік до Туреччини збільшився на 30,9%.

Україна у 2007 р. знаходилася на позицію вище, ніж Туреччина, – 8 місце і 23,1 млн туристів. У 2011 р. Україна вже лише на 11 місці у тому ж рейтингу з в'їзним потоком туристів 21,4 млн осіб, що характеризує скорочення міжнародного туристичного потоку на 7,4% [9, 10].

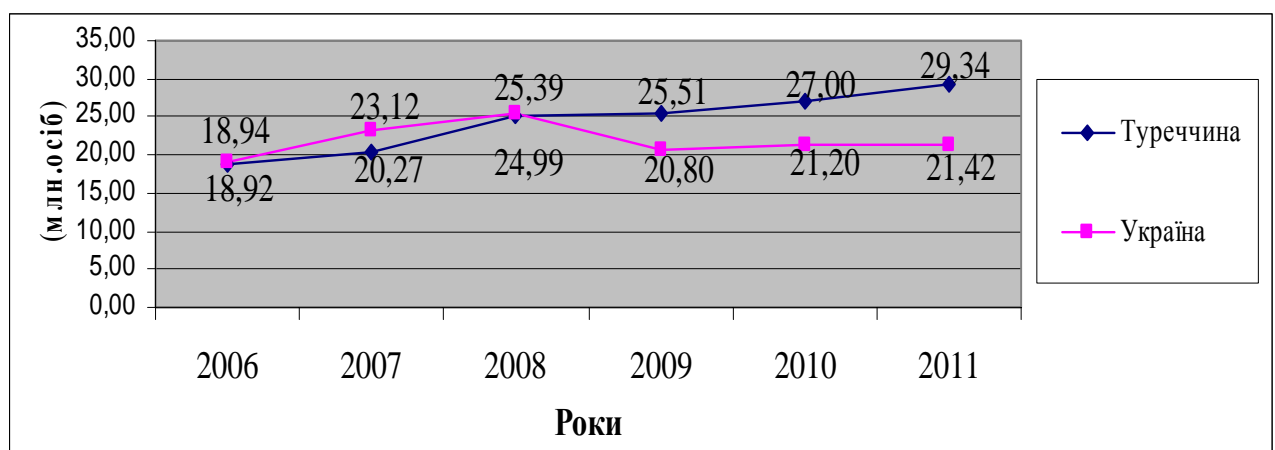


Рис.1. Динаміка туристичних потоків з-за кордону до України та Туреччини за 2006-2011 рр. (за даними ЮНВТО [9, 10])

Проведений аналіз показує зростаючу тенденцію розширення туристичного потоку Туреччини, що свідчить про сприятливі умови для розвитку туристичного бізнесу, та протилежну тенденцію – спад у розвитку туристичного бізнесу України, що свідчить про

несприятливий стан зовнішнього середовища у нашій країні для розвитку туристичних підприємств.

Надходження від міжнародної туристичної діяльності України та Туреччини представлено на рис. 2.

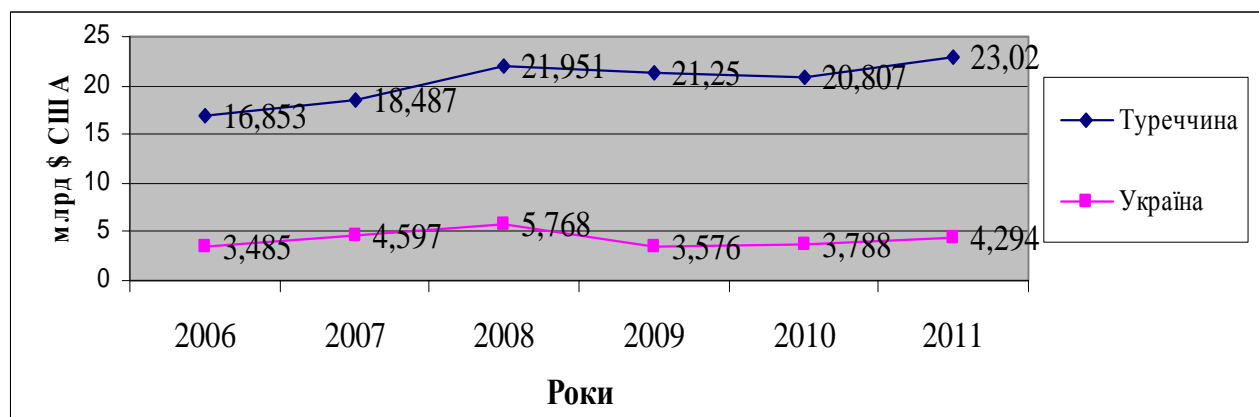


Рис.2. Динаміка надходжень від міжнародного туризму України та Туреччини за 2006-2011 рр. (за даними ЮНВТО [9, 10])

Як показано на рис. 2, надходження Туреччини від міжнародного туризму впродовж 2006-2011 рр. вищі, ніж України, у 3-6 разів. Для того щоб визначити, наскільки продуктивно країна використовує міжнародний туристичний потенціал, у практиці туристичних підприємств розраховують коефіцієнт продуктивності в'їзних туристичних потоків ($K_{в\pi\pi}$). Економічний зміст $K_{в\pi\pi}$ показує, який дохід приносить в'їзний туристичний потік країні в розрахунку на одного туриста:

$$K_{в\pi\pi} = \frac{\sum \text{надходжень від в'їзного туризму (у млрд дол. США)}}{\sum \text{в'їзних туристів (у млн осіб)}}.$$

Таким чином, підставивши у формулу відповідні дані за 2011 р., отримаємо, що один в'їзний турист для Туреччини приносить дохід 785 дол. США, а для України – 201 дол. США. Тобто в Туреччині один турист з-за кордону витрачає майже у 4 рази більше коштів, ніж в Україні. Це є свідченням недосконалості туристичної політики України та необхідності нових підходів, у яких ми пропонуємо використати досвід Туреччини.

Так, основними законами, що регулюють турецький туристичний ринок, є Закон Туреччини «Про стимулювання туризму» (1982 р.) та «Стратегія розвитку туризму 2007-2023» [11]. Державна політика у сфері курортів і туризму Туреччини значно відрізняється від української з точки зору як повноважень профільних органів виконавчої влади, так і обсягів фінансування. Основною відмінністю є наявність розвинених інструментів державної підтримки бізнесу, а також дуже широкі повноваження Міністерства культури і туризму Туреччини.

Основні механізми державної підтримки туризму Туреччини: надання податкових преференцій і звільнень від сплати податків, виділення бюджетних коштів на просування внутрішнього і в'їзного туризму, державне фінансування найбільш значущих проектів туристичної індустрії, підготовки кадрів для туризму, бюджетні субвенції та субсидії національним перевізникам, туроператорам, що здійснюють розвиток туризму.

Стратегію спрямовано на стимулювання співробітництва між державним і приватним секторами у сфері розвитку туризму. Основною метою Стратегії є вхід Туреччини до п'ятірки туристично розвинених країн світу з максимальними показниками чисельності іноземних туристів й отриманого прибутку від туристичної діяльності [12].

Висновки. Проведений аналіз свідчить, що політика українських виконавчих органів влади не сприяє сталому розвитку туризму та не враховує багатьох потенційних можливостей у туристичній сфері. Тому вважаємо за доцільне при плануванні розвитку туризму як у державі в цілому, так і в регіонах уникати виявлених недоліків державного регулювання, спираючись на основні засади досвіду Туреччини з урахуванням туристичної специфіки України, її клімату, географічного розташування, особливостей рельєфу, екології, водних ресурсів, культурно-історичних пам'яток, розвиненості інфраструктури, соціальних та економічних можливостей.

Для підвищення ефективності політико-правової компоненти макросередовища існування туристичного підприємства пропонується ряд заходів: спрямовувати частину податкових надходжень від туризму до місцевих бюджетів, для того щоб органи виконавчої влади були більше зацікавлені у власному регіональному туристичному розвитку; запровадити фінансову підтримку туристичних операторів, діяльність яких спрямовано на розвиток туризму; ввести громадський моніторинг і публічне звітування органів управління про виконання програмних завдань у туристичній сфері; підвищувати рівень інформованості населення про туристичні можливості України; створити незалежний орган контролю за якістю надання туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. **Кіндрацька Г. І.** Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2010. – 406 с.
2. **Ковынева Л. В.** Региональный туризм: монография / Л. В. Ковынева. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2005. – 111 с.
3. **Корнева Д. А.** Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д.А. Корнева // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 174-180.
4. **Мальська М. П.** Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
5. **Мігущенко Ю. В.** Компаративний аналіз інституціонального забезпечення туристичної діяльності в Україні та Польщі / Ю.В. Мігущенко // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы: сб. науч. тр. – Одесса ; Севастополь ; Донецк, 2011. – С. 486-493.
6. **Чорненька Н. В.** Організація туристичної індустрії: навч. посіб. / Н.В. Чорненька. – 3-є вид., доп. і перероб. – К.: Атіка, 2009. – 329с.
7. **Законодавство** України про туризм і готельну справу: збірник офіційних текстів законів станом на 28 травня 2012 р. – К.: Центр учбової літератури. 2012. – 242 с.
8. **Розпорядження** Кабінету Міністрів України «Про схвалення стратегії розвитку туризму і курортів» / Сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-%D1%80>
9. **UNWTO** Tourism Highlights, 2012 Edition UNWTO– 2012. – p. 16.
10. **UNWTO** Tourism Highlights, 2008 Edition, UNWTO – 2008. – p. 12.
11. **Tourism** strategy of Turkey – 2023 / Ministry of culture & tourism, Ankara – 2007, 74p.
12. **Аналитическая** записка к визиту Министерства курортов и туризма АР Крым в Турецкую Республику. –2012. – 9-11 февраля. – 14с.

© Т.С. Трусова

Надійшла до редакції 18.12.2012