

УДК 338.486.5

С.І. Шепелюк, викладач

(Луцький інститут розвитку людини Університету «Україна»)

## ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано діяльність туристичної індустрії, розкрито сутність факторів, які мають вплив на туристичний бізнес, зазначено основні шляхи перспективного розвитку туризму та його роль в економіці країни.

*Ключові слова: туристична індустрія, туристичний продукт, проблеми, фактори розвитку.*

В статье проанализирована деятельность туристической индустрии, раскрыта сущность факторов, которые влияют на туристический бизнес, указаны основные пути перспективного развития туризма и его роль в экономике страны.

*Ключевые слова: туристическая индустрия, туристический продукт, проблемы, факторы развития.*

The article analyses the activities of the tourism industry, reveals the essence of the factors, which influence tourist business, identifies the main ways for future development of tourism and its role in the economy of country are marked.

*Keywords: tourism industry, the tourism product, problems, factors of development.*

**Постановка проблеми.** Туризм на початку ХХІ ст. характеризується як один із видів економічної діяльності, що стрімко й динамічно розвивається. Цей процес в Україні опосередковано пов'язаний з розвитком таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку та туристичного призначення тощо, і може відіграти роль каталізатора для виходу економіки з кризи при вдалому розвитку галузі [1].

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери України. Розвиток туристичної сфери позитивно вплине на економічне зростання виробництва, зокрема, предметів споживання, агропромислового комплексу, спортивно-оздоровчих баз, розвиток дорожнього будівництва й транспорту, підприємств торгівлі й харчування, закладів культури тощо. Перспективи розвитку туризму в Україні визначаються дією широкого спектра ресурсних, екологічних, історико-культурних, соціальних, економічних і політичних чинників.

Тому на сьогоднішній день потрібно вирішити чимало питань, які виникають в туристичному бізнесі, й усунути певні чинники, які гальмують розвиток туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Важливість дослідження розвитку сучасного туризму зумовила увагу до даної проблеми іноземних і вітчизняних вчених. У наукових дослідженнях знайшли своє відображення такі проблеми й особливості розвитку туризму: передумови виникнення (М.В. Біржаков [2], М.П. Мальська, В.В. Худо [1]), принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу (І. Школа [3]), організація діяльності у ринкових умовах, методологія розробки і реалізації (О. Любіцева [4]). Багатьма вченими аналізується загальний стан туристичної інфраструктури й перспективи її розвитку (Оленічева Ю.О. [5], Корнева Д.А. [6]). Проте сьогодні не в достатній мірі досліджуються питання практичних проблем розвитку туристичної галузі, мало уваги приділяється аналізу впливу туристичної галузі на суміжні спрямування.

**Виклад основного матеріалу.** У найближче десятиліття туризм залишиться найбільшим джерелом створення нових робочих місць у ряді регіонів світу. За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років рівень щорічного зростання цієї галузі

становитиме 5%, що дасть можливість створити 2 млн нових робочих місць. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), питома вага туризму у створенні валового національного продукту (ВНП) країн світу в 2015 р. сягне 11-12%. Крім того, результати проведених досліджень ВТО передбачають, що туристичний рух до 2020 р. зросте до 1,6 млрд туристів за рік, які витратять 2 трлн дол. США, тобто 5 млрд на день. Разом із телекомунікаційною індустрією, інформаційними технологіями туризм забезпечуватиме економічне зростання у XXI ст. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності.

За часів свого існування туристична індустрія як галузь послуг пережила багато змін подібно до галузей виробництва матеріальних благ. Як сфера економічної діяльності туризм, з одного боку, визначається попитом і споживанням відвідувачів, а з іншого – належить до товарів і послуг, які виробляються з метою задоволення цього попиту. Отже, туризм охоплює широкий діапазон видів діяльності, в тому числі міжнародний і внутрішній транспорт, громадське харчування, розваги, послуги туроператорів і турагентів та ін.

Індустрія туризму утворюється з підприємств, що випускають товари й послуги, без яких не може існувати сучасний туризм, а саме:

підприємства, що надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати, мебльовані кімнати, будинки відпочинку і т.д.), а також підприємства харчування, які є невід'ємною частиною підприємств, що надають послуги з розміщення (ресторани в готелях, столові в пансіонатах і будинках відпочинку та ін.);

туристські фірми, що займаються організацією та продажем туристських поїздок;

транспортні організації, що займаються туристськими перевезеннями;

навчальні заклади з підготовки й підвищення кваліфікації спеціалістів туристської індустрії;

інформаційні й рекламні служби;

органи керування туризмом (державні заснування, до функції яких входить керування розвитком туризму в країні й у регіонах) і науково-дослідні організації, що займаються збором та опрацюванням статистичних даних з туризму, упорядкуванням наукових прогнозів і наукових досліджень в області економіки й соціології туризму;

підприємства з виробництва товарів туристського попиту;

підприємства роздрібної торгівлі з продажу товарів туристського попиту.

Крім цих підприємств, обслуговуванням туристів займаються ще й ті, які можуть існувати і без них, але за умов знаходження в місцях перебування туристів спектр діяльності їх розширюється. Це таксопарки, ресторани, кафе, підприємства сфери дозвілля (спортклуби, музеї, театри, зоопарки, казино, виставочні й конгресові зали і т.д.) [7].

Отже туристична індустрія – це складна динамічна галузь економіки, яка включає в себе сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, спрямованих на виробництво товарів і надання послуг туристичного призначення (формування турпродукту).

Процеси створення та реалізації туристичного продукту й окремих туристичних послуг відносяться до туристичної діяльності. Розглядаючи туристичну діяльність глибше, варто виділяти в ній, з одного боку, техніко-технологічні й організаційні процеси, а з іншого – економіку цієї діяльності.

Економіка туристичної діяльності охоплює:

створення й надання туристичних послуг в обсягах і в терміни, обумовлені договором на організацію подорожей;

ефективне використання наявної і створення нової матеріально-технічної та ресурсної бази туризму;

забезпечення валютних надходжень до бюджету держави (регіону) та отримання прибутку суб'єктами туризму;

кооперування засобів туристичної діяльності;

сприяння зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб.

Туристичний бізнес виступає єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги. Він охоплює чотири основних елементи:

- 1) виробництво туристичних послуг;
- 2) комплектування туристичного продукту;
- 3) реалізацію туристичного продукту або окремої послуги;
- 4) споживання туристичного продукту (послуги) [8].

Туристична послуга в економіко-технологічній системі бізнесу виступає товаром, а суб'єкт туристичної діяльності – підприємницькою структурою, що створює, пропонує та реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто туристам.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями й функціями:

- має свою індустрію виробництва й надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує турпродукт і здійснює їхню реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;

виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури й підвищення рівня життя населення;

є сферою, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечуються високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;

виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища й історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;

є сумісною практично з усіма сферами, галузями й видами діяльності людини;

має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [8].

Туристична діяльність ґрунтується на умовах і факторах, що охоплюють економіку, політику, культуру країн світу, на швидкості проникнення у світову цивілізацію, здатності адаптації до нових туристичних технологій, що ґрунтуються на комп'ютерній техніці, та гнучкого просування до інтеграційних та інших процесів у світовому просторі.

Основною властивістю туризму є його здатність впливати на економіку регіону, країни й світу. На зв'язок між стадіями економічного розвитку країни та характерними рисами розвитку туризму одним з перших звернув увагу американський економіст П. Ротоу ще в 1959 р. Варто зауважити, що моделі економічного впливу туризму на сферу економіки набагато ускладнилися, проте гіпотеза П. Ротоу не тільки не застаріла, а й продовжує підтверджуватися новими статистичними даними й сучасними тенденціями.

Якщо оцінювати Україну, виходячи з теорії П. Ротоу, то її варто віднести до мінливого суспільства, в якому соціально-економічні умови сприяють пріоритетному розвитку внутрішнього та в'їзного туризму [8].

Сфера туризму має певний вплив на національну економіку країни та здійснює це прямо (прямий вплив) або опосередковано (непрямий вплив).

При прямому впливі витрати туристів забезпечують формування доходів суб'єктів сектору туристичних послуг. Прямий вплив туризму на національну економіку проявляється, передусім, на національному рівні через формування дохідної частини державного бюджету, валової доданої вартості сектору туристичних послуг, стан платіжного балансу країни та характеризується такими показниками: часткою туристичних витрат і часткою податкових надходжень від туризму у ВВП.

При непрямому впливі туризму на національну економіку прямий вплив туризму генерує зростання попиту в суміжних галузях. Тобто підприємства сектору туристичних послуг, до яких безпосередньо поступають доходи туристів, також купують товари й послуги в інших секторах економіки.

Таким чином, при прямому впливі витрати туристів забезпечують формування доходів суб'єктів сектору туристичних послуг, при непрямому – генерується зростання попиту в суміжних галузях, що можна кількісно оцінити за допомогою туристичного мультиплікатора.

У загальному розумінні туристичний мультиплікатор становить коефіцієнт непрямого впливу туризму на економіку й соціальну сферу в даній галузі. ВТО рекомендує розглядати туристичний мультиплікатор як «вимір економічних вигод від туризму в частині впливу на валовий внутрішній продукт країни через туристські витрати». Ряд авторів визначають, що для регіону туристським мультиплікатором є «коефіцієнт, що відображає збільшення доходу регіону залежно від витрат туристів». Для посилення ефекту мультиплікатора регіон повинен відповідати таким вимогам: мати розвинену туристичну інфраструктуру; різноманітні туристські ресурси та високий туристський імідж; розвинену сферу споживання й економіки в цілому; наявність імпортозамінних товарів, продуктів і послуг; активну міграцію туристів у регіоні [3].

Важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість і багато інших чинників.

Демографічна структура населення України й аналіз вікових груп, які найбільше подорожують, ще раз підтверджують, що в країні найбільш активна частина населення від 30 до 40 років, на відміну від економічно-розвинених країн, де люди старшої вікової групи (55-60 років) відіграють все більш важливу роль у міжнародному туризмі.

Поступове збільшення кількості працюючих, забезпечення більш високого доходу на кожного члена сім'ї, підвищення тривалості оплачуваної відпустки та гнучкість робочого часу поступово розширяють такі сегменти туристичного ринку, як поїздки з метою відпочинку і в період відпусток, відвідування тематичних парків і культурних заходів, здійснення ділових поїздок, короткочасних подорожей і маршрутів вихідного дня тощо.

Зростання рівня освіти збільшує потяг людини до знань, зацікавленість іншою культурою, викликає бажання подорожувати й отримувати нові враження.

Одним з найважливіших чинників, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5 % збільшує витрати на туризм на 4 %, а зростання особистого споживання на 5 % збільшує ці витрати на 10%.

Щорічне зростання доходів громадян України призведе до більш інтенсивної туристичної діяльності і, зокрема, до збільшення кількості споживачів з високими доходами. У майбутньому населення України буде характеризуватися як таке, що має підвищену якість життя. Відпочинок, подорожі, мистецтво, культура стануть основними елементами, які заповнять вільний час людини.

З урахуванням всіх цих факторів, що впливають на динаміку туристичної галузі як сучасного елемента якості життя, а також визнанням її важливою сферою економіки, виникає потреба в проведенні аналізу показників туристичного господарства. До таких слід віднести показники: ефективності туристичної діяльності, зайнятості в туристичній діяльності, економічної ролі туризму, обсягів та напрямів туристичних потоків.

З 2005 р. діяльність туроператорів і турагентів аналізується Державною службою туризму і курортів (дані за формою №1-ТУР). Кількість підприємств, що надавали туристичні послуги в Україні протягом 2007 – 2012 рр., зросла на 89% (2828 підприємств у 2007 р., 5347 підприємств – у 2012 р.)

Кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, збільшилася порівняно з 2011 р. в 1,4 рази, іноземців – на 15,2% і становила відповідно 2,8 млн осіб та 270 тис осіб. Переважна більшість туристів (93,4%) віддають

перевагу приватним туристичним подорожам. Дохід від надання туристичних послуг за 2012 р. становить 6 991 309,9 тис. грн. [10].

Протягом 2007-2012 рр. було обслуговано 6,89 млн туристів. У цей період спостерігається зростання та спади в динаміці туристичних потоків, що відображено в табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка туристичних потоків в Україні за 2007-2012 рр.**

Рік	Динаміка туристичних потоків		
	кількість громадян, які виїжджали за кордон, осіб	кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, осіб	кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, осіб
2007	17334653	23122157	2863820
2008	15498567	25449078	3041655
2009	15333949	20798342	2290097
2010	17180034	21203327	2280757
2011	19773143	21415296	2343496
2012	21432836	23012823	3033647

У 2008–2012 рр. було обслуговано 9,96 млн туристів, але відбувався спад обсягів туристичних потоків у 2008-2009 рр. та їхня стабілізація у наступні роки. Це зменшення кількості обслугованих туристів можна пояснити:

а) підвищенням валютних курсів (євро та долар), що призвело до підвищення вартості путівок у гривні;

б) світовою економічною кризою, яка змінила ставлення українців до відпочинку.

Окремою частиною комплексу туристичних послуг є екскурсійна діяльність. Протягом 2005-2008 рр. суб'єктами туристичної діяльності в Україні було обслуговано 8,3 млн екскурсантів, у 2008 р. кількість екскурсантів зросла на 41,1% у порівнянні з 2005 р. [9] (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка потоку екскурсантів в Україні за 2005-20012 рр.**

Рік	Кількість екскурсантів, осіб
2005	1704562
2006	1768790
2007	2393064
2008	2405809
2009	1909360
2010	1953497
2011	823000
2012	865026

У 2009 р. було обслуговано 1,9 млн екскурсантів, що на 20,8% менше ніж у 2008 р. У 2010 р. відбулося зростання кількості екскурсантів на 2,3% у порівнянні з 2009 р., а у 2009 р. – зменшення на 32,28% у порівнянні з 2008 р.

Обсяг туристичних послуг, наданих ліцензованими суб'єктами туристичної діяльності (туроператорами), збільшується. У 2011 р. він зріс на 20% порівняно з 2010 р. і склав 9,8 млрд грн (за даними форми 1-ТУР).

Зростання фінансово-економічних показників галузі у 2011 р. відбулося завдяки збільшенню туристичного потоку. За даними Державної прикордонної служби України, у 2011 р. з 24,5 млн іноземців, які в'їхали до нашої країни, 1,2 млн в'їхали з туристичною метою, що на 20% більше, ніж у 2010 р. З них послугами українських туроператорів скористалися 343 511 організованих іноземних туристів.

У 2011 р. всього за кордон виїхало 20,3 млн українців, з них 1,6 млн - з туристичною метою (на 30% більше порівняно з 2010 р.). Серед них вітчизняними туроператорами обслуговано біля 1,4 млн туристів. Внутрішній турпотік у 2011 р. склав 604 728 туристів (за даними 1-ТУР).

У цілому в роботі туристичної галузі України можна виділити такі проблеми, які стримують її розвиток:

- невідповідність наявної туристичної інфраструктури світовому рівню та сучасним вимогам споживачів туристичного ринку;
- відсутність сприятливого інвестиційного клімату окремих регіонів;
- недостатній рівень кадрового забезпечення управління туристичною галуззю, особливо в сільській місцевості;
- низька якість туристичних послуг;
- відсутність скоординованої та чіткої системи управління галуззю в регіонах;
- технологічна відсталість галузі [3].

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки туристичній галузі країна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Сфера туризму підтримує майже 50 суміжних галузей і створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу 10 особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, аніж у промисловості. Туризм в Україні може й мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного й повноцінного відпочинку й оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу й держави.

Відчутним є відсутність стабільних механізмів регулювання господарських відносин, спостерігається дефіцит висококваліфікованих менеджерів у сфері туристичного бізнесу. Економічні важелі й стимули розвитку туристичної сфери лише формуються, інженерна й соціальна інфраструктури загального призначення (дороги, транспортне сполучення, зв'язок, водозабезпечення, громадське харчування) мають низький рівень розвитку, не сформована сучасна система інформаційного забезпечення туристичного бізнесу, населення регіону недостатньо підготовлене до туристичного підприємництва. Відсутність очисних споруд, збору й вивозу сміття неминуче призводить до забруднення навколишнього природного середовища.

**Висновки.** Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки й життєдіяльності суспільства в цілому, яка тою чи іншою мірою інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Щоб перетворити Україну на туристичну державу світового рівня, необхідно забезпечити вирішення всіх перелічених проблем, забезпечити стратегічну координацію діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг.

### Список використаних джерел

1. **Мальська М.П.** Туристичний бізнес: теорія і практика: навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424с.
2. **Биржаков М.Б.** Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2002. – 320 с.
3. **Школа І.М.** Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / І.М. Школа. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
4. **Любіцева О.О.** Методика розробки турів: навч. посіб. / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
5. **Оленічева Ю.О.** Перспективи розвитку ринку туристичних послуг в умовах глобалізації / О.Ю. Оленічева // Вісник ДІТБ. – 2012. – №16. – С. 317-322.
6. **Корнева Д.А.** Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д.А. Корнева // Вісник ДІТБ. –2011. – №15. – С. 174 – 180.
7. **Кифяк В.Ф.** Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
8. **Дядечко Л.П.** Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
9. **Туристичні потоки**, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm)
10. **Експрес-випуск** Державної служби статистики, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm)

© С.І. Шепелюк

Надійшла до редакції 30.11.2012