

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

© Гарасим Л.В., 2004

Туризм в Україні є джерелом поповнення державного та місцевого бюджетів, засобом повноцінного і загальнодоступного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною нашої країни. Пріоритетний розвиток туризму буде стимулювати ряд важливих галузей економіки, позитивно впливатиме на економічний та соціальний стан України загалом, що призведе до поліпшення нового позитивного її іміджу на світовій арені.

The tourism in Ukraine is a source of updating of the state and local budgets, means of valuable and shared strain-relief crystallization and environmental sanitation, and also familiarization with the historical-cultural patrimony of our state. The priority development of tourism will stimulate a number of the relevant sectors of the economy, positively will influence on economical and social status of country as a whole, that will put to strengthening of new positive image of Ukraine on a world scene.

Постановка проблеми. Розвиток туризму в Україні відчутно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найперспективніших напрямків структурної перебудови економіки. Підвищення ефективності діяльності сфери туризму як провідної галузі національної економіки стримується насамперед тим, що є ще багато невирішених питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Роберт А. Браймер, один з провідних спеціалістів туризму, говорить: “у теперішній час найбільш гальмівним чинником у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати” [1, с.245].

Однією з найбільших проблем сьогодення є те, що ми не вміємо використати те, що нам дано природою та історією. В Україні надзвичайно багата культурна спадщина – музеї, театри, прекрасні краєвиди та профілактично-оздоровчі заклади чекають на своїх клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Індустрія туризму є одним із секторів світової економіки, що розвиваються найдинамічніше. Багато високорозвинутих країн побудували свій добробут значною мірою на основі туризму. В Україні туристична індустрія перебуває в стадії становлення як самостійний сектор економіки. В більшості країн світу культурна спадщина є важливим чинником залучення туристів і тоді своїх клієнтів отримують готелі, транспорт, громадське харчування, місцева промисловість, а це, своєю чергою, поповняє місцевий і державний бюджети.

Протягом останніх років було прийнято ряд нормативних актів, які регулюють функціонування галузі загалом і готельного господарства зокрема, але, незважаючи на “нормативну наповненість”, ще багато аспектів роботи готельної індустрії чекають на увагу з боку держави. Чинне законодавство, на жаль, містить нечіткі визначення основних понять, що стосуються сфери туристичних послуг, відомчого підпорядкування тощо. Для реалізації туристичного потенціалу України повною мірою держава повинна забезпечити туристам комфортні і безпечні умови для

приїзду, спростити і прискорити оформлення віз, зменшити готельний збір, вжити заходів до поліпшення стану визначних пам'яток нашої держави, створити сприятливі умови для будівництва і роботи малих мотелів і готелів сімейного типу, розгорнути реалізацію проектів з будівництва готелів високої категорійності.

Як висновок з усього вищесказаного можна з впевненістю вести мову про збереження тенденції активізації туризму. Важливу роль у розвитку галузі відіграватимуть можливості збільшення зайнятості, галузь має великий потенціал щодо працевлаштування людей, що вивільняються внаслідок реструктурування інших галузей.

Постановка завдань. Необхідною умовою розвитку туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії, що приносить більше ніж 60 % усіх доходів від туризму. Туристичні потоки безпосередньо залежать від стану готельного сектора, якості і ціни основних та додаткових готельних послуг. На цей час розвиток індустрії готельного бізнесу в Україні гальмується рядом зовнішніх і внутрішніх чинників, основними серед них є неоднакове податкове навантаження, низька конкурентоспроможність готельних послуг, значний державний ризик, висока вартість будівництва і реконструкції готелів і неефективна організація праці.

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного докілья. Щоб забезпечити цю мету, необхідно розробити програму дій, яка повинна включати накопичений досвід розвитку туризму в світі, що створює сприятливі умови для доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. Стратегія розгортання туристичної індустрії в Україні полягає, насамперед, у виробленні державної політики, основою якої є ставлення до туризму як до одного з пріоритетних напрямів розвитку національної культури й економіки. У зв'язку з цим президент підписав закон “Про внесення змін в Закон “Про туризм” [4, с.153]. Отже, з 1 січня 2004 року туристичний ринок, який і без нововведень зазнає значних змін, буде жити за новими правилами. Передусім новий закон вводить розподіл понять “туроператор” і “турагент”: туроператори забезпечують створення туристичного продукту, а турагенти здійснюють посередницьку діяльність з його реалізації. В цьому розподілі і криється весь “секрет” майбутніх змін на ринку. Річ у тім, що Закон вводить обов'язковість фінансового забезпечення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед туристом. Мінімальний розмір гарантій туроператора, котрий працює з іноземними клієнтами, повинен становити суму, еквівалентну не менше ніж 20 тисяч євро. Туроператори, що надають послуги виключно внутрішнього і в'їзного туризму, будуть вносити 10 тисяч євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента – 2 тисячі євро. З одного боку, гарантійне зобов'язання не дасть змогу багатьом дрібним фірмам стати в ряди туроператорів і переведе їх в розряд продавців туристичних послуг. З іншого, як вважають експерти, прискориться консолідація дрібних і середніх фірм. Позитивним у цьому законі є положення про те, що на ринку туристичної індустрії залишаться тільки конкурентоспроможні туроператори чи турагенти, а всі інші відповідно до природного відбору відсіюватимуться, а це, своєю чергою, означає підвищення рівня надання туристичних послуг.

За підрахунками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у 2001 році за кількістю прибуттів іноземних туристів Україна займала 22 місце у світі (5,8 млн. осіб, що становить близько 1% від світових туристичних прибуттів). За прогностичними розрахунками щодо розвитку в'їзного туризму в Україні до 2005 року, його чисельність зросте до 9,3 млн. осіб; прогноз на 2010 рік – 12,1 млн. осіб; прогноз на 2020 рік – 15,0 млн. осіб [5,4]. Відповідно до прогнозу ВТО кількість зарубіжних туристичних поїздок до 2010 р. досягне 964 млн. осіб. Очікуються важливі зміни в попиті на багатьох провідних ринках – постачальниках туристів (табл. 1, 2).

Динаміка росту міжнародного туризму на період 1995 – 2010 роки

Показники	1995р., факт	2000р., факт	2005р., прогноз	2010р., прогноз
Туристичні поїздки, млн..	535	632	782	964
Ночівля, млн..	4571	5518	6903	8654
Витрати на туризм, млрд. дол. США (в цінах 1995року)	393	516	686	922

Таблиця 2

Прогноз найпопулярніших туристичних напрямків до 2020 р.

Країна	Кількість туристичних прибуттів, млн.	Частина на світовому туристичному ринку, %	Динаміка зростання 2000 – 2020рр., %
Китай	137,1	8,6	8,0
США	102,4	6,4	3,5
Франція	93,3	5,8	1,8
Іспанія	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Італія	52,9	3,3	2,2
Великобританія	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Росія	47,1	2,9	6,7
Чеська республіка	44,0	2,7	4,0
Разом	708,8	44,2	-

Якщо говорити про перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні, передовсім необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це сфера економіки та життєдіяльності суспільства загалом, що інтегрує практично всі галузі. Цей чинник і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Важливими чинниками, що впливатимуть на розвиток ринку туризму, є: демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки і професійна зайнятість.

Аналіз вікових груп населення України, які найбільше подорожують, показує, що найактивнішою часткою є населення від 30 до 40 років (для порівняння в економічно розвинутих країнах – це люди старшої вікової групи 55–60 років, що, незважаючи на швидкі темпи старіння, залишається фізично активним і матеріально забезпеченим). Якщо ж вести мову про стать, то переважає жіноча, жінки завжди були активнішою ланкою суспільства, здатною пристосовуватись до різних умов життя і переважно саме вони більше прагнуть нових вражень та знань.

Збільшення кількості працівників відповідно збільшує дохід на кожного члена сім'ї, а це, своєю чергою, дає можливість розширення певного сегмента туристичного ринку. Тобто, залежно від доходів люди дозволяють собі хоча б один раз на рік відпочинок або в межах країни (як мінімум), так і за кордоном. Щорічне збільшення доходів громадян приведе до інтенсивнішої туристичної діяльності, зокрема збільшення кількості споживачів з високими доходами.

Залежно від соціального статусу люди вибирають окремі, притаманні тільки їм напрями відпочинку. У такому разі туризм розглядається як форма розумового та фізичного виховання. З одного боку, туристи – спортсмени, для яких створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка до змагань, досягнення максимальних результатів у спорті вимагає постійно подорожувати. З іншого боку, подорожі спрямовані на формування відчуття патріотизму, моральних та етичних цінностей.

Зростання рівня освіти призводить до природного потягу людини до знань з питань краєзнавства, природознавства, топографії, рекреації, знайомств з культурою і традиціями країн і народів світу, а це, своєю чергою, викликає бажання подорожувати і отримувати нові враження.

Збільшення тривалості оплачуваної відпустки і гнучкість робочого часу викликати будуть потребу у новому туристичному продукті, який буде включати максимум задоволення за мінімальний відрізок часу. Скорочення п'ятиденного робочого тижня з восьмигодинним робочим днем до чотириденного робочого тижня з дев'ятигодинним робочим днем вивільнить три вихідні дні для відпочинку, подорожей і культурних заходів. Отже, виникне потреба відвідувати тематичні парки, здійснювати круїзні подорожі, маршрути вихідного дня, канікулярні поїздки та поїздки цільового призначення тощо.

Як відомо, теорія менеджменту заохочує зміцнювати корпоративний дух різноманітними заходами [6, с.116]. Тепер, в обставинах жорсткої конкуренції, дуже багато керівників заохочують підлеглих спільним відпочинком, організовують колективні відпочинкові програми. Як показали дослідження, корпоративний відпочинок є одним із найдійовіших інструментів об'єднання колективу, а також відіграє важливу роль у єдиному розумінні цілей і задач певної організації. Особливо це є актуальним при збільшенні кількості співробітників – неформальне спілкування дає можливість швидко і безболісно адаптуватись новачкам, а також мотивує підлеглих на досягнення кращих результатів.

Прогнози щодо позитивних тенденцій розвитку туризму в кінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. виправдалися [2, с.31]. Загальний обсяг наданих послуг перевищив 1,2 млрд. грн. Станом на 1 січня 2002 р. в Україні налічувалося 1258 підприємств готельного господарства та 3304 санаторно-курортні заклади. Порівняно з 2000–2003 роками в мотивації в'їзду іноземних громадян до України відбулись структурні зміни, причиною яких було значне зростання приватних туристичних поїздок одночасно з різким падінням обсягів транзиту. За останні три роки кількість відвідань України іноземними громадянами збільшилась у 2,2 раза, зокрема, кількість іноземних туристів зросла на 38%. Основні статистичні показники розвитку туристичної галузі України за 2002 рік свідчать про продовження зростання активності туристичної діяльності, початок якої припадає на 2000 рік (табл. 3).

Таблиця 3

Основні показники розвитку туристичної галузі України в 1999–2002 рр.

Показники	1999	2000	2002
Кількість туристів, які в'їхали в Україну, млн. осіб	4,2	4,4	5,8
Кількість туристів, які виїхали з України, млн. осіб	7,4	8,7	9,4
Кількість внутрішніх туристів, млн. осіб	6,4	6,6	6,9
Загальний обсяг туристичних потоків, млн. осіб	18,0	19,4	22,1
Приріст до попереднього року, %	-12,2	9,44	12,18

Отже, найбільше зростання спостерігається саме у обсягах в'їзного туризму. Останнім часом даються ознаки і впливають на структуру туристичних потоків зміни у візовій політиці як сусідніх держав, так і України. Заохочуючи іноземців до відвідання, Україна поступово спрощує візові формальності. Натомість західні сусідні держави запровадили візовий режим для українців, наслідком якого стане перерозподіл частки виїзного потоку на користь внутрішнього туризму.

Усвідомлення людиною того, що вона є не лише громадянином своєї країни, але і світу, призводить до розширення туристичних поїздок. На конференції ВТО в Лісабоні за результатами дослідження "Tourism 2020 Vision" проголошено п'ять перспективних туристичних напрямків ХХІ століття [3, с.282].

1. Пригодницький туризм, – для справжніх романтиків, тобто тих, кого приваблюють найвіддаленіші гірські вершини і морські глибини, що вимагає розробки відповідного туристичного

продукту (сукупності речових та неречових споживчих вартостей, необхідних для задоволення туриста, які виникають у період його туристичної подорожі).

2. Круїзи – загальновідомі подорожі на круїзних суднах по морських та річкових маршрутах. Цей сектор туризму розвивається надзвичайно швидко.

3. Екологічний туризм – спрямований на збереження довкілля передбачає тематично-пізнавальні тури і тури для відпочиваючих на курортах, з відвідуванням національних заповідників.

4. Культурно-пізнавальний туризм. Цей вид туризму спостерігається переважно в Європу, Азію та на Близній Схід – пізнавальні тури у вигляді одноденних екскурсій з відвідуванням пам'ятників культури.

5. Тематичний туризм – як правило, виражається підвищеною зацікавленістю до конкретного явища.

Туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів підприємств торгівлі тощо. Він призводить до збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників призводить до збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різних інвестицій, а також сприяє утворенню нових галузей, що обслуговують індустрію туризму. Тому важливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і вирішенні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи великих витрат. Специфічний характер праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота та інше) не дає змоги точно визначити кількість працівників, зайнятих у сфері туризму, але з впевненістю можна сказати, що вона постійно зростає.

Висновки. Викладене вище дає підстави для певних висновків. У ХХІ ст. туризм має стати одним з ефективних засобів формування системи загальнолюдських цінностей. Отже, тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Щораз більший інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, що допомагає простим громадянам краще розуміти один одного.

Перспективний розвиток туризму в Україні істотно вплине на зайнятість населення, а вступ України до НАТО та ЄС – забезпечить створення високопродуктивної туристичної галузі, що, своєю чергою, задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму. В майбутньому населення України буде мати підвищену якість життя, а відпочинок, подорожі, мистецтво, культура заповнять вільний час людини.

1. Кифяк В.Ф. *Організація туристичної діяльності в Україні.* – Чернівці, 2003. 2. *Економіка України.* – 2003. – №6. 3. Квартальнов В.А. *Туризм.* – М., 2001. 4. *Бізнес, № 51 (570), 15 грудня 2003.* 5. *Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року.* – К., 2002. 6. *Бізнес, №28 (547), 14 квітня 2003.*