

**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО  
КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

На сучасному етапі розвитку світового господарства туризм варто розглядати в якості однієї з найбільш прибуткових та інтенсивно зростаючих галузей. Розвиток туризму відіграє важливу економічну та соціальну роль у функціонуванні держав світу. Йдеться, насамперед, про створення нових робочих місць, забезпечення високого рівня життя населення, створення передумов для поліпшення платіжного балансу країн. Необхідність розвитку сфери туризму сприяє також підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів поширення інформації тощо. Слід відзначити вирішальну роль туризму у збереженні й розвитку культурного потенціалу, оптимізації відносин між державами світу в різних галузях господарювання.

Геополітичні та соціально-економічні зміни, розвиток інформаційних технологій суттєво вплинули на динаміку міжнародного туристичного потоку, призвели до трансформування туристичної галузі з такої, що орієнтована на обслуговування організованих туристів, на багатогалузеву сферу діяльності, спрямовану на задоволення різноманітних потреб мільйонів індивідуальних подорожуючих. Комплексний та мобільний характер сучасного туризму сформував попит на безпечне та комфортне для життя і здоров'я середовище, здатне забезпечити всі необхідні умови для реалізації громадянами права на відпочинок та свободу пересування. Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, здатними генерувати значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів. Розвиток сфери туризму і діяльності курортів України в цілому характеризується позитивною динамікою, зростанням кількісних та якісних параметрів в'їзного та внутрішнього туристичного потоку.

Проте на тлі загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, загальносвітової тенденції до посилення ролі держав у забезпеченні сталого розвитку туризму, вітчизняний національний туристичний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним. Тому значної уваги заслуговує обґрунтування пріоритетів ефективного розвитку національного туристичного комплексу з метою зміцнення його конкурентних позицій на світовому ринку туризму.

Становлення, формування та розвиток світового туристичного ринку та визначення його сучасних пріоритетів є актуальною проблемою, яка розглядається в працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них доцільно виділити Аванесова Ю. А., Фомічева В. І., Квартальнова В. А., Балабанова І. Т., Булла А., Папіряна Г. А., Гуляєва В. Г., Добровольську А. Б., Мазаракі А. А., Ващенко Н. П., Осадина Б., Чудновського А. Д. та ін. В цих роботах висвітлюються питання сутності та значення туризму у зовнішньоекономічній діяльності, аналізується його динаміка, пріоритети розвитку в різних країнах та регіонах світу.

Проте окремі питання є недостатньо висвітленими. До них доцільно віднести організаційно-економічні умови формування міжнародних туристичних комплексів, передумови, проблеми та перспективи ефективної реалізації туристичного потенціалу України на світовому ринку.

Метою статті є обґрунтування пріоритетів формування конкурентоспроможного вітчизняного туристичного комплексу.

Розвиток туризму в Україні характеризується сьогодні наявністю глибоких протиріч у його організаційній структурі, спрямованості розвитку та якісних і кількісних характеристиках. З одного боку, сучасний стан розвитку міжнародного туристичного потенціалу України варто оцінювати як кризовий, що пов'язано, в першу чергу, з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази у сфері туризму, викликаним впливом кризових явищ у світовій економіці. Разом з тим, слід відмітити високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, зростання числа туристичних підприємств, підвищення інтересу до нашої держави потенційних туристів з інших країн світу.

Ефективний розвиток міжнародного туристичного комплексу України вимагає, в першу чергу, вирішення організаційних питань функціонування туристичної галузі. Сталому та стійкому розвитку туристичного потенціалу України перешкоджає низка проблем та диспропорцій серед яких доцільно виділити наступні:

1. Незначна частка організованого туризму при постійно зростаючих обсягах туристичних потоків. У 2009 році із загальної кількості іноземних туристів 88 % зареєстровані Держприкордонслужбою як „приватні туристи” і лише 8 % кількості туристів включені в організовані туристичні групи. Подібна ситуація характерна і для виїзного туризму: 11 % загальної кількості – в межах організованого туризму, 85 % - неорганізованого туризму [8]. Зазначені тенденції дозволяють припустити наявність істотного рівня тінзації у сфері надання туристичних послуг, особливо в ізного туризму. Враховуючи членство України в СОТ, існує вірогідність того, що на український ринок згодом прийдуть відомі іноземні туроператори, які володіють готельними мережами, мережами туристичних агентств, парком автотранспорту, працюють за високими стандартами якості обслуговування, і внаслідок цього українські туристичні підприємства (туроператори), які згідно Закону України „Про туризм” можуть займатися лише виключно туристичною діяльністю, зазнають значних збитків внаслідок неможливості повноцінного якісного комплексного обслуговування та неможливості створення комплексного туристичного продукту власними зусиллями і за допомогою власних засобів [5].

2. Асиметричність візових режимів для громадян України та іноземних туристів. Ускладнення процедури отримання віз для громадян України на протидію встановленню Україною безвізового режиму для громадян держав-членів Європейського Союзу, Швейцарської Конфедерації, Князівства Ліхтенштейн, Японії, Канади, Сполучених Штатів Америки, Князівства Андорра, Держави-міста Ватикан, Республіки Ісландія, Князівства Монако, Королівства Норвегія, Республіки Сан-Марино, Болгарії та Румунії дискримінує права вітчизняних туристів, ускладнює реалізацію основоположного права людини на вільну подорож і свободу пересувань, проголошеного Загальною декларацією прав людини 1948 р. Водночас, окремі країни Європи (Болгарія, Туреччина, Польща) тривалий час з метою залучення іноземних туристів встановлювали безвізовий або спрощений візовий режим [1].

3. Невідповідність заяв щодо пріоритетності розвитку туризму та фактичним фінансуванням. Незважаючи на те, що Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” він проголошений одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, а також Указом Президента України „Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні” 2008 рік оголошений роком туризму та курортів, обсяги державного фінансування складають лише 0,01 % (25 млн грн.) від видатків державного бюджету. При цьому, платежі до бюджету туристичними підприємства щороку збільшуються на 20-30 %. На нашу думку, розвиток туристичної галузі України має фінансуватися з державного бюджету прийнятним на рівні розвинутих туристичних країн, де витрати на державну некомерційну рекламу туризму складають 50-80 млн євро на рік (Туреччина – 70 млн євро, Греція – 80 млн євро тощо). В Україні такі витрати ще жодного разу не перевищили 25 млн грн [8]. За таких обставин наша країна не може представляти себе на міжнародних спеціалізованих заходах. Відсутність туристичної символіки, туристичного бренду країни знижує туристичний імідж, а відсутність туристичних представництв України за кордоном не дає іноземним туристам можливості отримати об'єктивну й достовірну інформацію про Україну, туристичну інфраструктуру та рекреаційні ресурси.

До основних передумов виникнення зазначених перешкод доцільно віднести, по-перше, відсутність завершеної системи прогнозування та планування розвитку туризму, параметрів туристичного потоку у відповідності до ресурсних можливостей, потреб населення та економіки держави; по-друге, неефективність організаційно-правового та економічного механізмів реалізації державної політики у сфері туризму і діяльності курортів, міжвідомча нескоординованість дій між органами державної влади та місцевого самоврядування; відсутність цілісної та комплексної системи управління туристичними ресурсами країни, різне відомче підпорядкування виробничих потужностей туристично-рекреаційної діяльності; по-третє, недостатнє нормативне, методичне та інформаційне забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму і діяльності курортів; по-четверте, несформованість державної системи інформаційно-маркетингового супроводу діяльності Державної служби туризму та курортів на зовнішніх ринках [2].

На нашу думку, з метою оптимізації організації діяльності на вітчизняному ринку туристичних послуг доцільно використати досвід країн світу, які зіштовхувалися з подібними труднощами. Серед основних проблем та шляхів їх вирішення інтерес для України представляють наступні: диспропорційність розвитку в'їзного та виїзного туризму; низька конкурентоспроможність національного туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку; усвідомлення важливості ефективної некомерційної рекламної діяльності з популяризації туристичного потенціалу. Приклади вирішення зазначених проблем в різних країнах світу представлено на рис. 1.

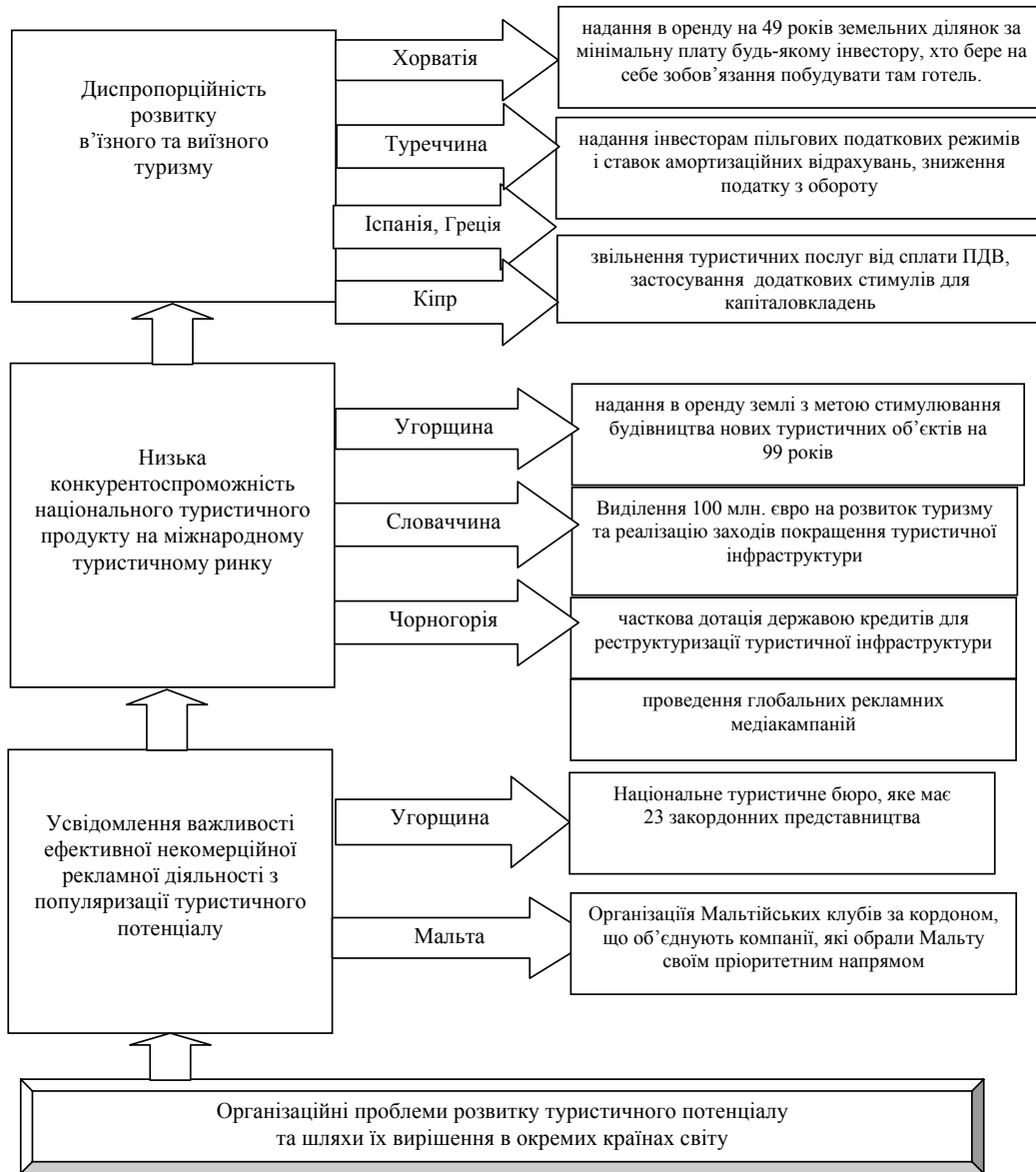


Рис. 1. Організаційні проблеми розвитку туристичного потенціалу та шляхи їх вирішення в окремих країнах світу

До можливих варіантів ефективної організації та управління туристичним комплексом України доцільно виділити наступні. По-перше, стихійний розвиток на принципах саморегуляції. Варто зауважити, що такий варіант має наступні особливості: а) значні витрати бюджетів усіх рівнів, пов'язані з необхідністю ліквідації наслідків нерационального використання туристичних ресурсів; б) створення негативного туристичного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку, зменшення в'їзного туристичного потоку [4]. По-друге, забезпечення розвитку туристичного потенціалу через впровадження ефективних механізмів державного регулювання. Це дозволить прискорити темпи розвитку галузі, збільшити частку очікуваних доходів від сфери туризму та діяльності курортів у бюджетах усіх рівнів. Але, слід зазначити, що реалізація зазначеного варіанту не є можливою без раціоналізації організаційної структури туристичного ринку, наділення відповідними

функціями державних органів управління, що відповідають за здійснення ефективного регулювання туристичної сфери.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз організаційних державних інструментів розвитку туристичного потенціалу в окремих країнах світу

Країна	Організаційно-регулюючий орган	Основні особливості
Чехія	Національне туристичне управління	Просування та реклама Чеської республіки як привабливої туристичної країни за кордоном і на вітчизняному ринку, зосередження зусиль на просуванні таких напрямів як курортний, конгресовий, діловий туризм
Угорщина	Корпорація „Угорщина – туризм”, Угорські туристичні представництва	Підвищення ефективності іноземного туризму за рахунок покращання туристичного обслуговування, стабілізацію галузі за рахунок внутрішнього туризму та залучення туристів з туристично нетрадиційних країн
Болгарія	Національна рада з туризму, Агентство з національної туристичної реклами та інформації	Інвестування у визначені курорти і створення корпорацій та холдингів для покращення інфраструктури цих курортів
Італія	Національне управління з туризму	Дослідження кон'юнктури міжнародного туристичного ринку, маркетингові дослідження, проведення рекламно-пропагандистських заходів та збільшення потоків туристів із-за кордону, координація міжнародної діяльності місцевих турадміністрацій
Мальта	Міністерство туризму та культури, Мальтійське управління з туризму	Організація Мальтійських клубів за кордоном, які об'єднують компанії, які обрали Мальту своїм пріоритетним напрямом
Україна	Державна служба туризмів і курортів	Участь у розробці та забезпеченні виконання загальнодержавних програм розвитку туризму, визначення перспектив і напрямів розвитку внутрішнього і міжнародного туризму, сприяння в межах своєї компетенції розробці та здійсненню заходів щодо розвитку туристичної і курортної галузі

Зважаючи на місце і роль туризму в розвитку вітчизняної економіки, доцільно розглядати його як один із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Це стосується насамперед таких привабливих туристсько-рекреаційних зон, як Автономна Республіка Крим, Волинська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька області, м. Київ, де туризм посідає чільне місце в розвитку економіки [7].

Ми вважаємо за доцільне згрупувати інструменти ринкового регулювання та активізації розвитку суб'єктів туристичного комплексу за наступними ознаками:

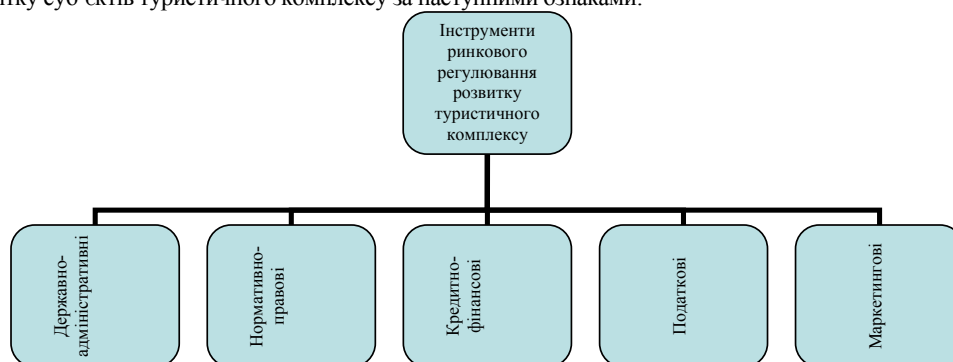


Рис. 2. Інструменти ринкового регулювання розвитку туристичного комплексу

## ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

До державно-адміністративних варто віднести інструменти управління ринковою моделлю з елементами державного регулювання розвитку та активізації сфери туризму на загальнодержавному та регіональному рівнях. Серед них варто виділити стратегічне планування, підтримку зовнішньоекономічної діяльності, наукові дослідження ринку туристичних послуг, охорону рекреаційних ресурсів, гарантування захисту та безпеки туристів, контроль за якістю послуг, кадрове забезпечення. Нормативно-правові інструменти повинні розроблятися і впроваджуватися центральними та місцевими органами влади і визначати загальну організацію і правову регламентацію туристичної діяльності, створювати сприятливе законодавче підґрунтя для для всіх суб'єктів туристичного комплексу [2].

Основною метою використання кредитно-фінансових інструментів, на нашу думку, є створення сприятливого кредитного середовища для розвитку підприємницької діяльності у туристичній галузі. Це стає можливим за рахунок впровадження, насамперед, системи мікrokредитування, пільгового кредитування суб'єктів туристичного бізнесу, державного субсидювання. Використання податкових інструментів дозволить оптимізувати кількість податків для підприємств туристичного комплексу, надавати податкові пільги під конкретні проекти, спрямовані на вирішення регіональних і соціальних проблем.

Маркетингові інструменти є необхідною умовою просування туристичного потенціалу України на міжнародний ринок. Йдеться, передусім, про організацію масштабних рекламних заходів як для зовнішнього ринку, так і для внутрішніх споживачів туристичного продукту з метою формування іміджу України як держави із потужним туристичним потенціалом, підвищення соціального сприйняття туризму місцевим населенням, розробку іміджевої туристичної стратегії.

Використання зазначених організаційних інструментів розвитку вітчизняного туристичного комплексу передбачає необхідність плідної співпраці інституціональних органів кожного рівня господарювання і чіткого виконання ними своїх функцій. З точки зору функціонального розподілу, всі учасники процесу використання туристичного потенціалу можуть бути розподілені наступним чином:

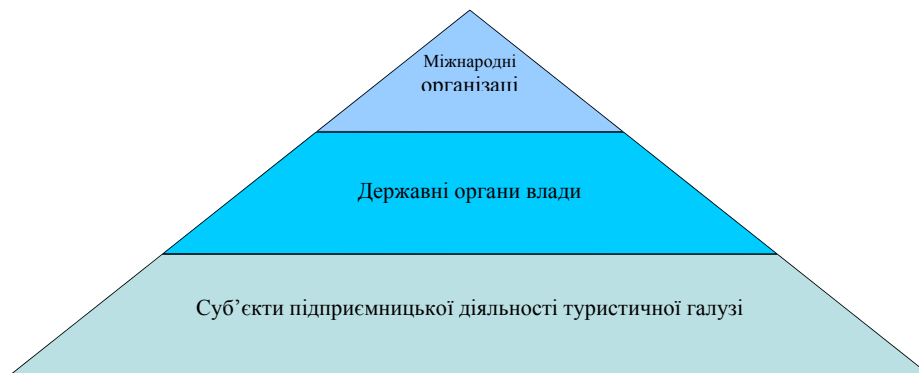


Рис. 3. Організаційна структура туристичного ринку України

Слід відмітити, що туризм не тільки прямо або опосередковано охоплює більшість галузей економіки, в тому числі промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, громадське харчування, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, а й стимулює їх розвиток. Від ефективного функціонування туристичного ринку безпосередньо залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки і близько 10 — 15 % населення України [6]. Тому під суб'єктами підприємницької діяльності туристичної галузі доцільно розуміти цілу сукупність підприємств та організацій, представлених на рис. 4:

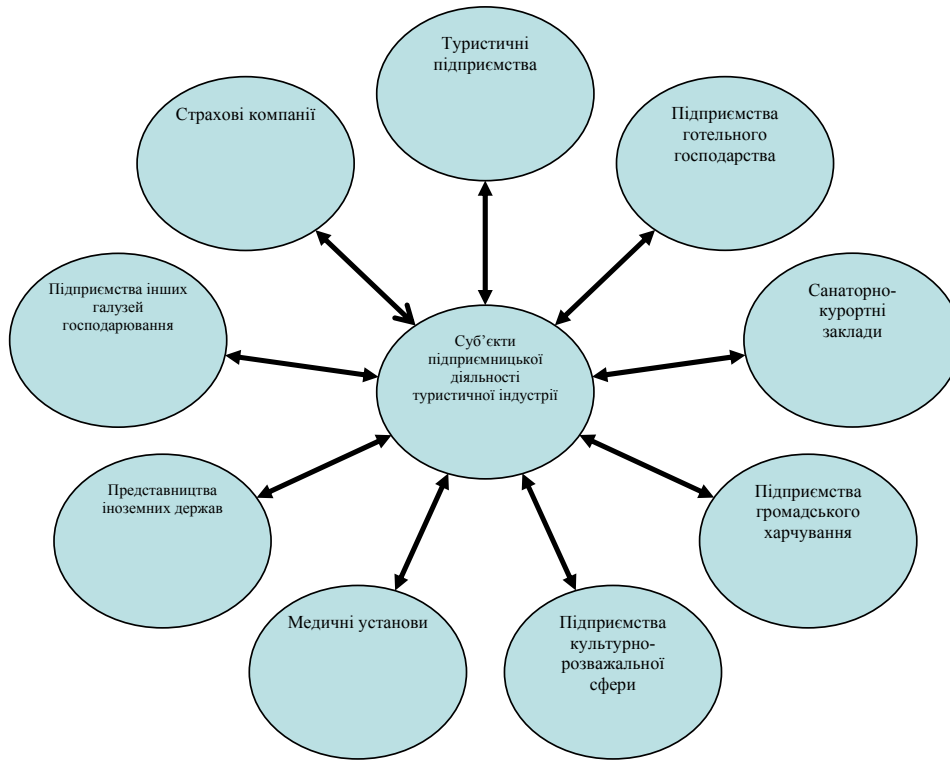


Рис. 4. Система підприємств туристичної галузі

Необхідно зазначити, що на вищому рівні функціонування туристичного ринку провідна роль належить міжнародним організаціям. Організаційні форми їх участі у процесі надання туристичних послуг розкриваються наступним чином. По-перше, надання кредитів на розвиток туристичної діяльності в регіонах, які представляють інтерес для іноземних туристів. По-друге, створення єдиного туристичного законодавства сфери міжнародного туризму. Провідна роль в цьому належить ВТО. Слід відмітити, що саме ця організація здійснює розробку документації із закріпленням визначених принципів функціонування галузі міжнародного туризму. По-третє, забезпечення єдиної системи бронювання туристичних турів. Серед переваг її використання доцільно зазначити зниження затрат та зменшення необхідності в безпосередній комерційній присутності. Це дозволяє туристичним компаніям охопити більшу кількість потенційних споживачів, підвищуючи тим самим ефективність своєї діяльності. По-четверте, створення міжнародних асоціацій сприяння розвитку туризму, союзів підприємців туристичної галузі різних країн.

Зважаючи на місце і роль туризму в розвитку вітчизняної економіки, доцільно розглядати його як один із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

#### Література

- 1.Александрова А.Ю. Международный туризм: [Учебное пособие для вузов]/ А.Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 464с.
- 2.Балабанов И.Т. Экономика туризма. [Учеб. пос. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и напр.] / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М : Финансы и статистика, 2003.- 176 с.
- 3.Вавилова Е.В. Основы международного туризма: [Учебное пособие] / Е.В. Вавилова.– М. : Гардарики, 2005. – 160с.
- 4.Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. - К.: Центр навч. літератури, 2007. - 224 с.
- 5.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк.– Чернівці : Книги-XXI. – 2003. – 300 с.