

ОЦІНКА СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

В статті досліджено стан туризму України в сучасних кризових умовах, окреслено слабкі та сильні сторони функціонування туристичних підприємств та напрями підвищення ефективності їх діяльності

Ключові слова: туризм, туристичні потоки, туристичні ресурси, фінансова криза, економічний механізм оцінки стану галузі, стратегія розвитку

Постановка проблеми. Характерною рисою трансформаційних процесів, які відбуваються в економіці України, є активізація діяльності підприємств туристичної індустрії. В той же час дедалі більшого значення набуває науково обґрунтоване формування сприятливого фінансово-економічного, правового та інформаційного середовища на основі даних динаміки галузі з метою стимулювання розвитку туризму в регіонах України.

За прогнозами експертів ВТО (табл. 1), число поїздок в світі до 2020 року досягне майже 1,6 мільярда туристських прибуттів, з яких 717 млн. припаде на Європу [5], включаючи країни СНД, а отже і Україну, де туризм, як очікується, розвиватиметься випереджаючими темпами в порівнянні з європейським регіоном в цілому.

Таблиця 1

Динаміка прогнозів щодо показників туризму в світі

Регіон	Кількість туристів (млн. осіб)			Частка на ринку (%)		Середньорічне зростання (%) 1995-2020*
	1995	2010*	2020*	1990	2020*	
Африка	20	47	77	3,6	5,0	5,5
Америка	110	190	282	19,3	18,1	3,8
Східна Азія / Тихоокеанський регіон	81	185	397	14,4	25,4	6,5
Європа	336	527	717	59,8	45,9	3,1
Близький Схід	14	36	69	2,2	4,4	6,7
Південна Азія	4	11	19	0,7	1,2	6,2
Світ	565	1006	1561	100	100	4,1

* прогнозні періоди

Розраховано за даними Всесвітньої туристичної організації [5]

Також зазначимо, що незважаючи на 2009 рік випробувань, коли світову економіку охопила фінансова криза, іноземні експерти стверджують, що індустрія подорожей поступово починає відновлювати форму. В порівнянні з минулим роком криза стала слабкіша та інвестори вже дивляться в майбутнє з трохи більшим оптимізмом.

За таких умов постає необхідність оцінки стану національної туристичної індустрії, що зазнала потужного впливу кризових явищ, та прогнозування її розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у розробку питань діагностики та всебічного аналізу стану та розвитку підприємств туризму, зробили вітчизняні дослідники такі як Ю.С. Забалдіна [2], О.В. Музиченко-Козловська [3], С.В. Семіколенова [8]. Але дані дослідження, на жаль, не адаптовані до кризових умов. В той же час, прогнози розвитку туристичної індустрії в сучасних реаліях світової фінансової кризи постійно публікуються на офіційному порталі Всесвітньої туристичної організації [5], що дає можливість оцінити загальну ситуацію розвитку туризму в Європі. Але зазначимо, що економічний механізм функціонування економіки України сильно відрізняється від

загальноєвропейського, саме тому дані дослідження потребують систематизації та удосконалення відповідно національних умов діяльності туристичного господарства.

Мета дослідження полягає в оцінці стану та розвитку туризму України в сучасних кризових умовах, окресленні слабких та сильних сторін функціонування туристичних підприємств та напрямів підвищення ефективності їх діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Переходячи до дослідження проблеми, варто першочергово зазначити сутність терміну «*туризм*» – це інтегральне явище, що відображає тимчасовий виїзд людей з місця постійного проживання з метою задоволення власних пізнавальних, оздоровчих, професійних та інших потреб шляхом використання природних, історико-культурних надбань та інфраструктурних умов регіону. Отже, виходячи з визначення можемо стверджувати, що об'єктами нашого дослідження стану та розвитку туризму виступають туристи у формі туристичних потоків та туристичні ресурси, що представлені кліматом, рельєфом, археологічними пам'ятками, архітектурними шедеврами, а також готелями, санаторно-курортними закладами, транспортною інфраструктурою тощо.

Одним з найважливіших напрямів розвитку туризму є **управління туристичними потоками** з метою більш рівномірного розподілу їх в часі та просторі для ефективного завантаження туристичних підприємств. Це особливо важливо в періоди масових оплачуваних відпусток, шкільних канікул, а також внаслідок впливу сезонності.

Аналіз динаміки потоку туристів, що обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності в Україні показав, що найістотніші негативні тенденції у 2009 році спостерігаються в розвитку *в'їзного туризму*. Це пояснюється складною економічною та політичною ситуаціями, які існують в країні. Так, протягом 9 місяців Україну відвідали 16,5 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 18 % або майже на 3,7 млн. осіб менше, ніж за аналогічний період 2008 року. Зменшення обсягів в'їзного потоку протягом 9 місяців 2009 року відбулося за рахунок падіння числа поїздок за всіма мотиваціями. Поїздки з приватною метою зменшилися на 18 %, поїздки з організованого туризму – на 24 %, поїздки зі службовою метою – на 23 % [6].

Виїзний турпотік за 9 місяців 2009 року зменшився порівняно з 2008 роком на 2 % або на 223,1 тис. осіб та становив 11,6 млн. туристів [6]. Це може свідчити про зміни уподобань українців у зв'язку з кризою на користь більш дешевого виду відпочинку, що в свою чергу позитивно позначиться на розвитку *внутрішнього туризму*.

Прогнозувати ж обороти ринку на наступний рік не береться жоден оператор. Фінансова криза змінила ставлення українців до подорожей. Серед клієнтів туркомпаній відбулася своєрідна ротація. Ті, хто мав намір поїхати за кордон, забрали документи, ті, хто не планував відпочинку, бронюють тури [7, с. 344].

Також на розвитку туристичної індустрії позначаються значні *коливання курсів* євро та долара, оскільки ціни на турпродукти наведені у валюті. Так, в 2009 році стрімке їх підвищення спричинило збільшення реальної вартості путівок для українців при конвертації у гривню. Найбільше подорожчання торкнулося турів до країн, що працюють із долларом. Передусім це Єгипет, країни Південно-Східної Азії, Північноамериканський континент. В той же час, вже весною 2010 року падіння курсу євро знову вносить нестабільність на національний туристичний ринок та вимагає перерахунку туроператорами вартості турів, що викликає негативне ставлення туристів до національних компаній і знижує попит на подорожі за кордон.

Звичайно, оптимістичні очікування в складі як виїзного, так і в'їзного туристичного потоку залишаються. Позитивно вплине на в'їзд до України іноземних громадян чемпіонат Європи з футболу. Так, за прогнозами Міністерства культури та туризму, матчі Євро-2012 в Україні прийдуть подивитися понад 800 тис. вболівальників [4].

Окрім того, джерелом фінансових надходжень та основою розвитку туристичної індустрії, навіть в умовах кризи, може стати *культурний туризм*. Адже туристи складають значну частину публіки на культурних заходах: театральних, музичних, танцювальних і

кінофестивалях, національних карнавалах. Широко відвідуються туристами виставки, без чого, наприклад, багато народних ремесел та місцевих традицій залишалися б у забутті, як і витвори великого мистецтва. У прямій залежності від туристичних відвідин знаходиться розквіт або занепад музейної справи. Зазначимо, що у ряді країн такі надходження вже перевищують бюджетні витрати на ці цілі з боку урядів і асигнування місцевих адміністрацій. Отже, партнерство цих сфер забезпечує як поповнення бюджету, так і збереження культурного фонду країни, що у свою чергу робить її привабливішою для туристів.

В той же час, значна кількість проблем національної туристичної індустрії викликана не лише світовою фінансовою кризою та внутрішніми політичними і економічними негараздами, але й такими обставинами як неефективність використання всіх видів **туристичних ресурсів** та недосконалість комплексного розвитку **туристичної інфраструктури**.

Суттєво вплинули кризові явища на *розвиток сфери гостинності*. Так, починаючи з осені 2008 року завантаження українських готелів скорочується вражаючими темпами. Фахівці вважають, що в найближчому майбутньому найважче доведеться готелям «старого фонду» в сегменті 3-4 зірки. Велика частина їх цільової аудиторії - це українські бізнес-туристи. Іншу ключову категорію їх клієнтів представляють організовані групи туристів. Експерти вважають, що частково готелі даної категорії самі винні в своїх проблемах. Рівень обслуговування в багатьох з них частенько не відповідає заявленому класу, а отже - цінам. Менше всього вплив кризи відчувають на собі готелі, що мають 1-2 зірки. У них все залишається стабільно погано, адже і до важких часів рівень їх завантаження не перевищував 50%. У розпорядженні українських готельєрів не так вже і багато способів зберегти свою прибутковість. В цілому до 2010 вартість мешкання у вітчизняних готелях, а також вартість оренди готельних конференц-залів знизилася на 15%. Серед інших методів утримання туристів – програми лояльності, що передбачають значні знижки для постійних клієнтів [9].

В той же час, зазначимо, що в результаті концентрації уваги навколо Євро 2012, можемо очікувати зростання вагомості позитивних факторів на розбудову та підвищення якості підприємств готельної інфраструктури.

Щодо динаміки розвитку *санаторно-курортного комплексу*, то, на нашу думку, вона залишиться негативною. Основними причинами такого стану є:

- неплатоспроможність населення оплачувати відпочинок до санаторно-курортних закладів;
- зниження якості санаторно-курортних послуг;
- відсутність ефективної державної політики, як в сфері соціальної підтримки населення (часткове фінансування вартості путівок, яка сприяла б підвищенню внутрішнього попиту на вітчизняний санаторно-курортний продукт), так і в напрямі економічного та податкового сприяння діяльності закладів даного сектору.

Вирішення перерахованих проблем дозволить ефективно розвивати санаторно-курортну сферу, створити доступний ринок оздоровчих послуг для максимального задоволення попиту населення на їх конкретні види. У свою чергу це все буде сприяти покращенню фінансового стану санаторно-курортних закладів та подальшому розвитку туристичної інфраструктури країни.

Необхідно також звернути увагу на існуючі проблеми *транспортної галузі*, які ще більше загострюються в умовах кризи. Зазначимо, що зниження попиту, викликане зниженням доходів та зростанням цін на матеріальні ресурси, призводить до збитковості пасажирських перевезень. В той же час, до невирішеності питання щодо джерел фінансування, додатково додаємо зношення основних фондів (особливо залізниць), погіршення їх структури, незабезпечення належної безпеки руху, зростання негативного впливу діяльності транспорту на навколишнє природне середовище та здоров'я людини. Все це в умовах жорсткої конкуренції призводить до витіснення українських перевізників з

міжнародних ринків транспортних послуг, знижує якість обслуговування вітчизняних підприємств і населення.

Таким чином, в умовах загострення економічної ситуації в країні для подальшого розвитку туристичної індустрії потрібно обов'язково враховувати досліджені проблеми транспорту. Зазначимо, що до 2020 року передбачено активізацію процесів інтеграції України до європейської та світової транспортних систем. Однак, на сьогодні транспортна інфраструктура України не в повній мірі готова до забезпечення перевезень на належному рівні і в достатніх обсягах.

Отже, оцінимо сильні та слабкі сторони, можливості та загрози туристичного бізнесу України на основі проведеного дослідження (табл. 2).

Таблиця 2

SWOT-аналіз стану та розвитку туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
1. Сприятливе геополітичне положення України. 2. Можливості для розвитку всіх видів туризму забезпечені наявністю різноманітних природних та історико-культурних туристичних ресурсів. 3. Забезпеченість розгалуженою транспортною інфраструктурою (хоча і низької якості). 4. Збільшення конкуренції туристичних операторів. 5. Значний розвиток культури відпочинку українців.	1. Повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туризму. 3. Відсутність бюджетного фінансування важливих для розвитку туристичної і курортної сфер України заходів. 4. Відсутність платоспроможного попиту. 5. Невідповідність національних туристичних послуг між ціною і якістю. 6. Залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуацій. 7. Низький рівень інформаційних технологій в Україні.
Можливості	Загрози
1	2
1. Прихід до України європейських операторів, що призведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку. 2. Інвестування в розширення туристичного бізнесу. 3. Розвиток різноманітних напрямів туризму (екстремальний, історико-культурний, науковий, діловий, зелений). 4. Розширення туристичних маршрутів під впливом зміни вподобань українців та втрати популярності масових напрямів. 5. Вдосконалення системи маркетингу в туристичній сфері, введення програм лояльності, впровадження якісної реклами України як туристичного регіону. 6. Вдосконалення інформаційних систем в туризмі.	1. Несприятлива економічна ситуація. 2. Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту. 3. Зменшення варіантів для населення із середніми доходами. 4. Відмова від туристичного відпочинку.

За таких умов особливо актуальним є алгоритм розробки, обґрунтування та прийняття управлінських рішень, удосконалення методів організаційного та фінансово-ресурсного забезпечення розвитку туризму як на макро-, так і на мікрорівні. Активізація діяльності туристичних підприємств повинна ґрунтуватися на розширенні можливостей регіонального управління інвестиційними процесами та поєднанні ефективного державного регулювання економіки з ринковою саморегуляцією.

Окрему увагу звернемо на роль *реклами* в сучасному розвитку туризму. Адже успішна діяльність будь-якого підприємства полягає в його здатності привабити нових клієнтів та перетворити їх на постійних. Ця задача є особливо актуальною для сфери послуг. Основним інструментом для вирішення першої частини задачі є реклама. Адже, обираючи нове місце відпочинку, туристи, найперше, шукають інформацію про нього. Чим доступніші і повніші будуть відомості, тим простіше прийняти рішення. Яким би не був цікавим той чи інший об'єкт, він не матиме відвідувачів, якщо останні не будуть проінформовані про його стан,

доступність, вартість послуг тощо. Отже, для впливу на цільову аудиторію потрібно спрямувати на неї відповідні інформаційні потоки.

Також заходами щодо вирішення проблем туристичного бізнесу України та їх загострення в умовах економічної кризи можуть бути:

- вдосконалення нормативно-правової бази туристичної та курортно-рекреаційної галузі;

- створення стратегії розвитку курортів;

- створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток туристичної та курортно-рекреаційної інфраструктури;

- створення належних умов для розвитку іноземного та внутрішнього туризму, зокрема, через розвиток окремих туристичних центрів;

- сприяння розвитку готельного бізнесу, підвищення якості послуг, що надаються;

- належний облік туристичних ресурсів України, забезпечення їх раціонального використання та охорони;

- дослідження туристичного ринку, підготовка і поширення інформації про туристичні можливості України;

- представлення країни у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних туристичних заходах;

- забезпечення стимулювання розвитку туризму в економічно депресивних регіонах, сприяння створенню робочих місць у туристичній сфері;

- забезпечення створення безпечних умов для туристичних подорожей та ін.

В той же час, ключовим в сучасних кризових умовах є розробка дієвої стратегії розвитку галузі. На нашу думку, така стратегія повинна в першу чергу включати заходи по підвищенню туристичної привабливості України як регіону з потужним природним та історико-культурним туристичним потенціалом, але неефективною політикою державного регулювання, інформаційного та інвестиційного забезпечення, що визначає невідповідність міжнародним стандартам існуючої інфраструктури туризму та відсутність попиту на національний туристичний продукт.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, можемо підсумувати, що в сучасних умовах наслідки світової фінансової кризи суттєво вплинули на розвиток туризму в Україні та викликали негативні тенденції в суміжних з ним галузях. В той же час, потенціал національної туристичної індустрії просто гігантський. Очевидно, що потрібно підвищувати національну свідомість та інтерес до туристичної спадщини, ефективно реалізовувати державну соціальну політику та максимально стимулювати всебічне використання підприємствами туристичних ресурсів України і переваг місцезростащування. Фінансової уваги з боку держави потребує розвиток туристичної інфраструктури, охорона пам'яток, музейна безпека, розвиток рекламно-інформаційного забезпечення індустрії, сучасних електронних комунікацій та доступність явищ української культури в глобальній мережі. Саме за таких умов туризм може стати джерелом величезних прибутків та основою розвитку економіки України.

Список використаних джерел:

1. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Дис. канд. екон. наук: 08.05.01 / Л.І. Гонтаржевська. – К., 2006. – 201 с.
2. Забалдіна Ю.Б. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг: Автореф. Дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / Ю.Б. Забалдіна; Науково-дослідний економічний ін-т Міністерства економіки України, – К., 2006. – 20с.
3. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.02.03 / О.В. Музиченко-Козловська; Національний ун-т "Львівська політехніка", – Л., 2007. – 21с.
4. "Не футболом єдиним". Погляд на євротурнір через призму туристичних можливостей

- Київщини // Аналітичні матеріали інформаційного центру «Україна-2012». – 28.01.2009. - [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://74.125.77.132/search?q=cache:TLOp_SYQDWoJ:euro2012.ukrinform.ua/analytica
5. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org
 6. Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2025>
 7. Савченко О.Ф., Писаренко Л.Ю. Аналіз тенденцій ринку туристичних послуг в умовах економічної кризи // Вісник Донецького Національного Університету, сер.: Економіка і право, вип.1, 2009. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Natural/VDU/Ekon/2009_1/VDU1-2009/342.pdf
 8. Семіколенова С.В. Статистичне оцінювання стану та розвитку готельного господарства: Дис. канд. екон. наук: 08.00.10 / С.В. Семіколенова. – К., 2007. – 213 с.
 9. Українські готелі готові на все // Новини інтернет-порталу Чернігівської обласної асоціації сільського зеленого туризму. – 5 квітня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.siver-obereg.at.ua/news/2009-04-05-28>
 10. World's tourism industry looks to new horizons // Euronews: Business. – 22.01.2010. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euronews.net/2010/01/22/world-s-tourism-industry-looks-to-new-horizons/>

Колесник О.А. Оценка состояния и перспектив развития туризма Украины в условиях кризиса

В статье исследовано состояние туризма Украины в настоящих кризисных условиях, очерчены слабые и сильные стороны функционирования туристических предприятий и направления повышения эффективности их деятельности.

Ключевые слова: туризм, туристические потоки, туристические ресурсы, финансовый кризис, экономический механизм оценки состояния отрасли, стратегия развития

Kolesnyk O.O. Estimation of the state and prospects of Ukrainian tourism development during the crisis

In article the state of Ukrainian tourism in the present crisis conditions is investigated, weak and strengths figures of the functioning of tourist enterprises are outlined, direction of increasing the efficiency of their activity are determined.

Key words: tourism, tourist streams, tourist resources, financial crisis, economic mechanism of the estimation of the branch development, development strategy