

В.С. Богадъорова

*Херсонський державний університет,
bohadorova.viktoriia@mail.ru*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Туризм є однією з найбільш динамічних та перспективних галузей світової економіки. Його частка становить близько 12% світового валового внутрішнього продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами [4].

Проблематику дослідження розвитку туристичної сфери регіонів України висвітлено у працях вітчизняних вчених: О. О. Бейдика, Л. С. Гринів, В. Г. Гуляєва, М. І. Долішнього, В. Ф. Кифяка, В. С. Кравціва, М. А. Любіцевої, М. П. Мальської, О. І. Мілашовської та ін. Проте сьогодні не в достатній мірі досліджуються питання практичних проблем розвитку туристичної галузі.

Аналіз ситуації в Україні показує, що туристичне господарство поступово розвивається, хоча не характеризується стабільним зростанням.

Так, у період з 2010 по 2014 роки найбільша кількість іноземних туристів приїхали до України у 2013 році, коли Україну відвідали 25,7 млн. осіб. Аналогічне коливання за роками кількості туристів характерне і для внутрішнього туризму. Одночасно, в нашій країні існують всі передумови для розвитку туризму: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні. Відповідно, причинами нестабільності є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму в Україні та гальмують розвиток туристичної індустрії [1].

Недостатній рівень розвинутої безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Слід пам'ятати, що виробнича база галузі формувалася, в основному, за радянських часів з орієнтацією переважно на невибагливого туриста, тому серед об'єктів інфраструктури переважають великі (порівняно з аналогічними закордонними)

комплекси, із значною концентрацією місць та низьким рівнем комфортності. За даними Держкомстату в Україні 1218 готельних підприємств, а загальна кількість готелів, санаторіїв, пансіонатів тощо - більша 3200. За станом на березень 2007 р. сертифікацію пройшли 930 готелів. Сьогодні в країні надають свої послуги 30 однозіркових, 43 двозіркових, 66 тризіркових, 22 чотиризіркових і всього два п'ятизіркових готелі [5]. Але до стабілізації ситуації ще далеко. У своєму становленні готельний ринок України зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є слабкість внутрішньої конкуренції, що пояснюється відсутністю вільних засобів та високих податкових ставок, через це складно забезпечити економічну стабільність, максимізувати прибуток, підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг, а також відсутність потужних міжнародних готельних мереж [2].

Також, треба звернути увагу на транспортну інфраструктуру, незважаючи на загальне збільшення довжини асфальтованих доріг, проблемою залишається стан та якість дорожньої системи України. Окрім цього, збільшення рівня технічного зносу основних засобів транспорту, особливо авіаційного і залізничного, ще більше підсилюють кризовий стан індустрії та невідповідність сучасним міжнародним стандартам.

Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. Абсолютно зрозуміло, що за кордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. І хоча в 1999 році в нашій країні було створено власну інформаційну систему (UTIS), она значною мірою носить комерційно-інформаційний, а не іміджовий характер. Зовсім інакше за кордоном. Наприклад, Великобританія, котру і так не має особливої потреби рекламувати, витрачає на ці цілі 80 млн. фунтів стерлінгів. На перший погляд здається, що це марнотратство. Але, як було підраховано, кожен вкладений в рекламу фунт приносить дохід від залучених туристів у 27 фунтів. Тому спрямування

переважної частини коштів на рекламу України по всьому світу та її широкі туристичні можливості, дасть свої результати.

Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному , а більшість – у Internet-форматах, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспортні у режимі реального часу – “on-line”. Останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне позавлення. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутні відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги. В нашій державі поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду.

Відставання масштабів (навіть порівняно з середніми показниками по СНД) нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні.

Недосконале нормативно-правове та організаційне забезпечення галузі, відсутність механізмів ефективного виконання законів і реалізації державних програм, що зумовлює несприятливий інвестиційний клімат, гальмує інвестиційні процеси з одного боку та обмежує прибутки та можливості розвитку туристичних підприємств – з іншого. Держава повинна протекціонувати галузь за допомогою пільгового податку на додану вартість у туризмі. Наприклад, у Франції ПДВ для всіх галузей встановлений на рівні

22%, а для туристичної – не перевищує 13%. Звільнивши на 10 років від оподаткування громадян, що розвивають сільський туризм, Румунія досягла значного пришвидшення темпів розвитку зеленого туризму. Саме система оподаткування є чи не наймогутнішим економічним важелем, на якому необхідно зосередити свою увагу у процесі розробки стратегічних планів і програм розвитку галузі.

Державні туристичні органи в розвинених європейських країнах працюють у тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Поширеною тенденцією, яку варто запозичити в Європі, є децентралізація управління галуззю, що дає змогу створювати самобутній регіональний турпродукт [3].

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можна стверджувати, що успішність функціонування національної туристичної індустрії залежить, в основному, від ефективної системи управління та координації всіх компонентів туристичної привабливості: від туристичних ресурсів та інфраструктури до залучення інвестицій в їх розвиток та якісне обслуговування. Все це вимагає пошуку шляхів не лише покращення стану окремих складових туристичної привабливості, але й визначає необхідність комплексного пошуку заходів її підвищення та максимальної кооперацій і координації всіх суб'єктів туристичного господарства.

Література:

1. Гайдук А. Інтегрований туристичний концерн – сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації // Регіональна економіка. 2006. - №2. – С.204- 212.
2. Карсекін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні // Економіка України. - 1997. - №9.
3. Ковалевский Г.В., Абрамов В.В. Проблемы развития туризма в Украине: интегрированный подход // Туристично-краєзнавчі дослідження. - 1999. - Вип.2
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
5. Офіційний сайт комітету Державної статистичної служби України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.