

ВОРОШИЛОВА Г.О., к.е.н., доцент
КНУКіМ, м. Київ

МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Міжнародний туризм в Україні розвивається у тісному взаємозв'язку з іншими формами міжнародної життєдіяльності і динамічно реагує підйомом або спадом темпів зростання на політичне, економічне становище, кризові явища окремих країн та регіонів світу.

Доведено, що міжнародний туризм є досить стійким до кризових явищ. Це підтверджують дані ЮНВТО [1], і саме в умовах кризового періоду індустрія туризму вимагає менше капіталовкладень у порівнянні з промисловістю та сільським господарством, значно швидше дає віддачу, вирішуючи разом з цим соціальні проблеми, а також сприяє формуванню позитивного іміджу держави на світовому рівні. Отже, інтенсивний розвиток міжнародного туризму в країні – це стратегічний шлях піднесення соціально-економічного розвитку України в цілому, вирішення проблем на ринку праці, інфраструктурного забезпечення, підвищення добробуту населення, зростання ВВП, зменшення інфляції, подолання соціальних та екологічних негараздів.

Міжнародний ринок туристичних послуг, незважаючи на наявність певних стандартів та правил, дуже складний для аналізу та прогнозування. У багатьох країнах, де ринок туристичних послуг є провідною галуззю, міжнародний туризм складає значну частку ВВП: частка туризму в економіці Франції становить 7,1%, Хорватії – 17,0%, Греції – 15,8%, Іспанії – 10,2%, Росії – 6,5% [2]. Частка туризму в економіці України складає лише 1,6% ВВП (9% – усі пов'язані сектори) [3].

За даними Travel and Tourism Competitiveness Report 2013 Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) (даних на 2014 та 2015 роки не було представлено Україною) у 2013 році Україна зайняла 76 місце серед 140 країн за рівнем

конкурентоспроможності туристичного сектору економіки (тоді як у 2011 році країна посідала 85 місце серед 139 країн), за якістю доріг – 135 місце, за кількістю місць у готелях – 94, а за рівнем цінової доступності в них – 110, за відкритістю для туризму – 56, за ефективністю маркетингу та брендингу – 109, за пріоритетністю туризму для держави – 126 місце [4]. Такий стан вимагає нових підходів до формування перш за все державної політики розвитку туризму та системи її забезпечення.

Таким чином, аналіз наведених даних показує необхідність посилення ролі держави у формуванні та розвитку туристичної галузі з метою підвищення ефективності її функціонування.

Законодавча база України [5;6] цілком відображає основні ідеї міжнародного законодавства стосовно переваг у становленні та розвитку туризму в країні. Однак, головною проблемою, на нашу думку, є відсутність єдиної державної цільової програми розвитку туризму з обґрунтуванням не лише переваг туристичної галузі в країні, а й чіткої стратегії з прописаним переліком дієвих заходів на державному, регіональному та місцевому рівнях. Серед інших негативних чинників, що впливають на розвиток міжнародного туризму в Україні слід відзначити:

- недосконалість дієвої нормативно-правової бази, яка б ґрунтувалася на врахуванні накопиченого світового досвіду, але з вдосконаленням відповідно до національної специфіки макросередовища туристичної галузі;

- недостатній рівень транспортного та сервісного обслуговування;

- необхідність удосконалення сучасної системи кадрового забезпечення туристичної сфери, підвищення рівня професіоналізму працівників;

- нестабільність та недосконалість податкової системи, особливо стосовно інвестицій у туристичну галузь;

- відсутність комплексності в управлінні розвитком і функціонуванням туристичної галузі, а також координації взаємодії туристичних організацій з

іншими суб'єктами господарювання (транспортними компаніями, готельними підприємствами тощо);

– відсутність чіткого механізму залучення інвестицій у туристичну галузь та регулювання цього процесу;

– недосконалість маркетингової політики та рекламно-інформаційних, іміджевих заходів, спрямованих на просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку тощо.

Аналіз ситуації свідчить про необхідність державного комплексного підходу до вирішення проблем, що накопичилися, у сфері в'їзного і внутрішнього туризму. За умови збереження ситуації, що склалася у сфері туризму України на даний час, найближчими роками може статися зниження туристичних потоків до України, що може призвести до:

– подальшого зносу об'єктів туристської інфраструктури і зниження якості надаваних туристичних послуг, що спричинить падіння конкурентоспроможності українського туристичного продукту;

– зниження податкових надходжень від туристичної діяльності до бюджетів усіх рівнів і зменшення доходів населення;

– зниження рівня зайнятості населення і підвищення соціальної напруженості;

– зростання цін на туристичні послуги і зниження доступності туризму для широких верств населення;

– збільшення виїзного турпотоку і зростання вивезення капіталу з країни;

– зниження доходності і інвестиційної привабливості туристичної галузі;

– скорочення кількості суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері туризму;

– відтоку молодих і перспективних кадрів за кордон, де за рахунок українського трудового ресурсу підвищуватиметься якість туристичного продукту приймаючих країн і конкуруючих напрямів.

Дуже суперечливим є скасування ліцензування турагентської діяльності відповідно до Закону України № 2608-VI від 19.10.2010 “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності”, тому що, по-перше, це суперечить європейським стандартам, і по-друге, це є першим кроком до саморегуляції туристичного ринку в країні. Одним з інструментів державного регулювання в країнах Європи є використання спеціальних інструментів регулювання підприємницької діяльності організаторів (туроператорів) та продавців турів (турагенцій). В Україні до 2010 року таким інструментом було ліцензування туроператорської та турагентської діяльності, що здійснювалось на підставі Закону України від 01.06.2000 року №1775-III “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. Зокрема, згідно з Наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва Міністерства культури і туризму України від 11.09.2007 року №111/55 для отримання ліцензії на турагентську діяльність компанія повинна відповідати кваліфікаційним вимогам щодо кадрового складу працівників:

– керівник турагента чи керівник філії, іншого відокремленого підрозділу турагента (юридичної особи) повинен мати стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

– у штаті турагента (юридичної особи) повинно налічуватись не менше 30 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

– турагент – суб’єкт підприємницької діяльності – фізична особа повинен мати освіту в галузі туризму.

Відповідно до Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської

діяльності” № 2608-VI від 19.10.2010 ліцензування турагентської діяльності скасовано.

На нашу думку, ліцензування турагентської діяльності в Україні було дієвим механізмом виявлення професіоналів і стримуючим чинником для проникнення на ринок неякісних компаній. Оскільки зараз альтернативної системи входу на ринок не передбачено, продавати турпродукт можуть і не професіонали туристичного бізнесу, що може призвести до хаосу в роздрібних продажах та появи великої кількості фірм-одноденок. Прикладом цього є досвід російського ринку туристичних послуг, на якому туристичні агенції, що не входили до складу роздрібних мереж крупних туроператорів, після відміни ліцензування цього виду господарської діяльності у 2007 році збанкрутіли і зникли з туристичного ринку.

Важливим аспектом у забезпеченні ефективності співпраці туроператорів і турагентів в умовах, що склалися на українському ринку туристичних послуг у зв'язку із скасуванням ліцензування туристичних агенцій, може слугувати схема франчайзингових взаємовідносин, яка є дуже популярною у багатьох світових державах (Німеччина, США, Канада, Росія тощо). Розвиток франчайзингових взаємовідносин у сфері туристичних послуг в Україні сприятиме росту мереж та появі нових учасників ринку туристичних послуг, що позитивно відіб'ється на впровадженні нових технологій, диференціації обслуговування, підвищенні якості обслуговування та вдосконаленні програм маркетингу. Іншим можливим аспектом може бути створення крупними туроператорами власної мережі (агенцій) роздрібного продажу турів.

Разом із скасуванням обов'язкового ліцензування турагентської діяльності проблема професійної підготовки та перепідготовки кадрів для туристичної сфери в країні може стати не актуальною. Однак, у провідних туристичних

країнах підвищення рівня професіоналізму кадрів розглядається як важливіший чинник створення конкурентоспроможного ринку якісних туристичних послуг.

Таким чином, оптимальним механізмом розвитку міжнародного туризму в Україні є політика забезпечення стійкого поступального розвитку шляхом активізації та впровадження ефективних заходів державного регулювання на основі, перш за все, розробки та прийняття єдиної цільової програми розвитку туризму, яка має бути збалансованою щодо чинних туристичних потоків і ресурсних можливостей України.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/>
2. OECD Tourism Trends and Policies 2012. – Paris: OECD Publishing, 2012. – 426 p.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Blanke J. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 / Jennifer Blanke, Thea Chiesa. – Geneva: The World Economic Forum Publications, 2013. – 517 p.
5. Міністерство інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/>
6. Закон України “Про туризм” (№324/95-ВР) від 15.09.1995 р. (з подальшими змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 43. – С. 15-24.
7. Про внесення змін до Закону України “Про туризм” щодо надання туристичних послуг: Закон України від 09.02.2012 № 4385-VI / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>