

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

***Анотація.** Досліджуються основні проблеми, що стосуються розвитку туристичного бізнесу взагалі та окремих його складових. Висвітлюється проблематика конкурентоспроможності України на європейському ринку туризму, сучасний стан українського туризму, а також особливості його розвитку в умовах євроінтеграції. Розглянуті основні напрями дослідження розвитку туристичного бізнесу та його вдосконалення. Розглянуто ринок туризму України у контексті його інтеграції в загальне середовище ЄС, додаткового поштовху розвитку інфраструктури. Визначено стратегію підвищення привабливості України як суб'єкту ринку туристичних послуг на міжнародному рівні.*

***Ключові слова:** туристичний бізнес, конкурентоспроможність, євроінтеграція, ринок туристичних послуг.*

***Abstract.** The basic problems relating to the development of tourism in general and its individual components are studied. Reveals the problems of Ukraine's competitiveness in the European tourism market, the current state of Ukrainian tourism, and also its development in conditions of Eurointegration. The tourism market of Ukraine in the context of its integration into the general environment of the EU, an additional impetus to the development of infrastructure are researched. The strategy of increasing the attractiveness of Ukraine as a subject of the tourist market at the international level is defined.*

***Key words:** tourism business competitiveness, European integration, tourism market.*

¹ кандидат економічних наук, доцент кафедри політичної економії Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця.

Аннотация. Исследуются основные проблемы, касающиеся развития туристического бизнеса вообще и отдельных его составляющих. Освещается проблематика конкурентоспособности Украины на европейском рынке туризма, современное состояние украинского туризма, а также особенности его развития в условиях евроинтеграции. Рассмотрены основные направления исследования развития туристического бизнеса и его совершенствования. Рассмотрен рынок туризма Украины в контексте его интеграции в общую среду ЕС, дополнительного толчка развития инфраструктуры. Определена стратегия повышения привлекательности Украины как субъекта рынка туристических услуг на международном уровне.

Ключевые слова: туристический бизнес, конкурентоспособность, евроинтеграция, рынок туристических услуг.

Постановка проблеми. Для кожної країни туризм відіграє суттєву роль у стимулюванні економічного розвитку не тільки безпосередньо туристичної галузі, але й суміжних галузей, а також інших галузей економіки. Зростання туризму позитивно впливає на рівень зайнятості населення, на споживчий попит та рівень валютних надходжень. Сучасний етап економічного розвитку України визначається реалізацією економічної політики, спрямованої на зближення з ЄС, у тому числі щодо забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної діяльності між країнами. На цьому етапі розвитку економічних відносин розвиток туристично-рекреаційної галузі є одним із найбільш важливих процесів, що потребує достатньої уваги. Це, насамперед, зумовлено глобалізацією економік країн, підвищенням стандартів життя саме в економічно розвинених країнах, а також великими інвестиціями в привабливі туристичні регіони, підвищенням мобільності населення. Тобто, стрімкий розвиток туризму обґрунтований значним соціально-економічним впливом галузі, який за ефективної державної політики набуває позитивних ознак.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що проблеми, пов'язані з необхідністю дослідження факторів розвитку туристичної діяльності в Україні не втрачають своєї актуальності протягом тривалого періоду часу. Так, їх дослідженню присвячені численні публікації таких науковців, як: А. Базиліук, А.

Ахламов, І. Благун, О. Бейдик, М. Бойко, В. Герасименка, Т. Коткова, Л. Малик, Г. Мокрицького, К. Кривенко, В. Братюка, Р. Романенко, Т. Іванюка, С. Птахів та інших.

Мета дослідження полягає в аналізі та обґрунтуванні основних складових туристичного бізнесу в Україні, а також в розгляді проблем, що відносяться до розвитку туристичної галузі та аналізу її конкурентоспроможності. Це передбачає виконання наступних завдань: дослідження різноманітних проблем функціонування туристичної галузі України; оцінка ринку туризму України в умовах його інтеграції в загальне середовище в ЄС; характеристика напрямів державної політики у сфері туризму на сучасному етапі.

Основні результати дослідження. Сьогоднішнє реформування економічних процесів в Україні, що стрімко відбуваються насамперед у зв'язку зі зміною політичного напрямку держави, без винятку стосуються усіх галузей національної економіки. Туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки стає провідною в економічному та соціальному розвитку України.

Економіка туристичного бізнесу – це сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, а саме при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (туристичного продукту).

Економіка туристичного бізнесу є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання [3]. Суб'єкти господарювання, які беруть участь в обслуговуванні туристів, мають отримувати при цьому значні прибутки, що дозволяє стверджувати про туризм як галузь бізнесу. Отже, комерційна спрямованість діяльності туристичних підприємств, розробка організаційних аспектів по залученню і обслуговуванню туристів – від планування і підготовки маршрутів до стрімкого будівництва готельних комплексів, від співпраці з клієнтами до розвитку туристичної інфраструктури окремих регіонів – дозволяє віднести туристичну сферу до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг і бізнесу.

Роль туризму для розвитку національної економіки важко переоцінити, разом з тим туристична галузь має об'єктивні передумови свого розвитку, що склалися на підставі історичних, географічних, культурних та економічних чинників.

Визначення особливостей розвитку туристичної галузі в історичному ракурсі спрямовано на виявлення можливостей та завад подальшого її розвитку на довгостроковій основі.

Після підписання Україною Угоди про Асоціацію з ЄС, роль туристичної галузі в соціально-економічному розвитку країни зумовлює необхідність удосконалення механізмів державного управління туризмом, основною метою якого є створення сприятливих умов розвитку туризму безпосередньо та суміжних галузей.

На сьогоднішній день туристичний бізнес в Україні як складова економічного комплексу характеризується такими властивостями і функціями:

створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію, активно використовуючи маркетингові комунікації;

має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;

формує ринок туристичних послуг за різними рівнями комплексності;

працює як мультиплікатор росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення;

сприяє розвитку місцевої інфраструктури та підвищенню рівня життя населення;

уявляє собою сферу, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;

є досить ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;

функціонує у взаємозв'язку практично з усіма галузями і видами діяльності людей;

має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [3].

Україна являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток, а також має значні рекреаційні можливості, що сформувалися завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Тому вона має значні та реальні перспективи розвитку туристичної галузі, завдяки чому

повинна зайняти одне з достойних місць серед країн – світових туристичних лідерів. Отже, в умовах глобалізації у туризмі Україна повинна зробити туристичну галузь однією з пріоритетних галузей економіки.

Керівництво Державної туристичної адміністрації України бачить майбутнє галузі в розвитку транспортних коридорів і туристичної інфраструктури та в контролі за якістю туристичних послуг, що надаються клієнту.

Цілком зрозуміло, що інтеграційний процес на відповідних напрямках полягає у впровадженні європейських норм і стандартів в освіті, туризмі, поширенні власних культурних і науково-технічних здобутків у ЄС. У кінцевому результаті такі кроки спрацьовуватимуть на підвищення в Україні європейської культурної ідентичності та інтеграцію до загальноєвропейського інтелектуально-освітнього та науково-технічного середовища. Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку, майбутній вступ України до ЄС – усе це забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природнокліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.

Отже, існує ряд ще й наполовину не вирішених проблем щодо розвитку туристичного бізнесу в умовах євроінтеграції. Поки українці чекають на запровадження Євросоюзом безвізового режиму, громадяни ЄС мають можливість їздити в Україну без віз ще з 2005 року.

Тодішнє рішення про скасування для них віз могло б стати основою для успішної туристичної складової української економіки. Однак європейці і досі незадоволені умовами перебування в Україн, маються на увазі труднощі, що пересилують позитив у вигляді безвізу.

В рейтингу туристичної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) Україна цього року – на 88-му місці серед 136 країн і територій. Рейтинг складають на основі дослідження 14 ключових параметрів, серед яких – культурні ресурси, доступна інфраструктура, ціни, охорона здоров'я, рівень безпеки, відкритість до міжнародної співпраці.

Найкраще українські туристичні негаразди бачать безпосередньо задіяні в туристичній сфері люди в ЄСі.

Так, наприклад, стан доріг в Україні гнітюче вражає всіх європейців, як тільки вони перетинають кордон з нами. Водночас голова Асоціації сільського туризму, завідувач кафедри туризму Інституту туризму і географії університету Ниредьгази Арпад Ганус зауважує, що сьогодні в Угорщині для організації групових турів в Україну практично неможливо знайти перевізника – вони просто відмовляються брати замовлення.

Набагато більш відстала свого часу Румунія отримала 30-відсоткове зростання туристичних потоків після того, як зробила основні дорожні магістралі. Ні про що наразі не можна говорити, доки в Україні такий жахливий стан автошляхів.

Ще одна проблема – відсутність маркетингу місцевих принад України в європейських країнах, тобто в інших країнах лишається досить невелика кількість інформації про різноманітні місця в Україні, куди можна поїхати і що зацікавило би наразі закордонного туриста.

Такої інформації від України в країнах ЄС дуже бракує. Отже, можна констатувати відсутність ефективного маркетингу для популяризації України в ЄС. Щодо європейського досвід, то стає цілком зрозуміло, що туризм треба будувати у першу чергу на традиціях країни, на тому, що знає і вміє народ у певній місцевості. Тобто, це треба вміти подати як туристичний продукт.

Так, наприклад, на Закарпатті цієї незабутої і автентичної складової туризму навіть більше, ніж в Угорщині та інших країнах Європи, але ці принади не подані належним чином міжнародній туристичній спільноті.

У зв'язку з російською агресією на сході країни, особливу увагу Україні слід звернути на фактор війни. Інформація про неї особливо насторожує потенційних подорожувальників. Тобто, Україна повинна надавати інформацію про стан безпеки на неокупованих територіях і значно більше та ефективніше доносити її до сусідів.

Нестача точної рекламної інформації і вказівників стає ще одною проблемою прагнення до більш глибокого інтегрування українського туристичного бізнесу до європейського ринку.

Серед іноземців, які відвідали нашу країну, переважали громадяни Російської Федерації, Республіки Молдови, Білорусі, Польщі, Румунії, Угорщини, Словаччини, Німеччини, Узбекистану, Туреччини та США.

Ефективним підґрунтям для співпраці регіонів України з регіонами країн ЄС є транскордонне співробітництво. Україна посідає одне з провідних місць за рівнем забезпеченості цінними природними лікувальними та історико-культурними ресурсами на Європейському континенті, що створює об'єктивні передумови для сталого розвитку економіки країни за рахунок туризму. Однак, на ряду з високими темпами будівництва туристичних об'єктів за світовими стандартами та інтеграції областей України до міжнародного ринку туристичних послуг, а також зростання кількості туристичних організацій на території України, базовим умовам розвитку туристичного бізнесу в регіонах притаманна наявність глибоких протиріч в організаційній структурі управління, спрямованості розвитку, стані якісних і кількісних характеристик інфраструктури.

Цілком зрозуміло, що функціонування туристичного ринку, як і всіх інших ринків, базується на основі законів попиту та пропозиції. Туристичний ринок являє собою систему світових господарських зв'язків, в якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові. Процес просування туристичних послуг до кінцевого споживача є складним і нерідко не передбачає безпосереднього зв'язку між ним. Саме тому в процесі просування туристичних послуг вони комплектуються в туристичний продукт і використовуючи систему дистриб'юції доводяться до споживача.

Досліджуючи український ринок туристичних послуг в умовах інтеграції до Євосоюзу, слід зазначити, що країна володіє значними конкурентними перевагами в пропозиції туристичного продукту, а саме: зручне географічне розташування, сприятливий і різноманітний клімат, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, багата культурно-історична спадщина.

Ще, стан ринку туристичних послуг визначається соціально-економічними і політичними процесами, що відбуваються в Україні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. З огляду на це, цілком обґрунтованою є вдосконалення механізму системи державного регулювання туризму.

Отже, незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна сьогодні не може конкурувати з розвинутими туристичними державами на світовому ринку туристичних послуг. Для того, щоб забезпечити раціональне та ефективне використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів. Також, доцільно розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиним шляхом розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів стає стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів щодо успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

На сьогодні, як було вже зазначено, туризм виступає активним чинником активізації міжнародного співробітництва. Однак без важелів державного втручання, тобто регулювання туристичної галузі, успішний вихід України на зовнішні ринки туристичних послуг неможливий. Державі необхідно досягати високого рейтингу в розвитку цієї галузі. Мається на увазі не лише величезний потенціал акумуляції фінансових ресурсів, а й міжнародний авторитет і сфера впливу в глобальному середовищі. Для досягнення такого результату Україні необхідна ефективно розроблена стратегія «завоювання» світового туристичного ринку. При розробці стратегії необхідно враховувати той факт, що найкращі умови розвитку туристичних послуг уже є сформованими і досконалыми в розвинутих державах, а це, в свою чергу, сприяє розвитку жорсткої конкуренції на цьому ринку.

16 березня 2017 року Уряд України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [6]. Цей документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь.

Запровадження Стратегії передбачається за такими напрямками:

забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів;
імплементація законодавства ЄС у сфері туризму;
забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;
удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму;
формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму [6].

Реалізація акта передбачається за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, а обсяг фінансування визначатиметься щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей.

Висновки. Підсумовуючи викладене, слід відзначити що туристична галузь України, хоч і дещо повільними кроками, починає покращувати свої показники. Позитивний розвиток туристичного бізнесу України в напрямку Євроінтеграції можливий тільки завдяки реформуванню цієї галузі та пристосуванню її функціонування щодо Європейських стандартів. Цей процес значною мірою визначається спроможністю влади впроваджувати системні інституційні зміни, спрямовані на проведення різноманітних реформ щодо розвитку туризму. Передусім це стосується реалізації політики європейської інтеграції. Зокрема, необхідно стимулювати розвиток туристичного бізнесу, створити сприятливі умови для залучення інвестицій, забезпечити подальшу лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності та підвищити ефективність використання фінансових ресурсів, які виділяються ЄС на підтримку економічних реформ в нашій державі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобрицька Н. Маркетинг в управлінні туристичними дестинаціями / Н. Бобрицька // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 4. – С. 39–47.

2. Дубовик Б. Досвід міжнародної співпраці в рамках євро регіонів. Перспективи України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uspishnaukraina.com.ua>

3. Козловський Р. Україна: туристичний рух – 2013 / Р. Козловський // Український туризм. – 2014. – № 1. – С. 26–28.

4. Охріменко А. Досвід європейських країн фінансування туризму / А. Охріменко // Вісник Львівського університету [Текст]. – 2014. – Вип. 34. – С. 160–167. – (Серія: Міжнародні відносини).

5. Офіційний інтернет-сайт Державної служби туризму і курортів [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.tourism.gov.ua

6. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року № 168-р – редакция от 16.03.2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/ru/cardnpd?docid=249826501>

7. Саричев В. І. Стан та перспективи світової та національної сфер туризму в контексті людського розвитку / В. І. Саричев // Статистика України. – 2014. – № 2. – С. 80–84.

8. Шевченко С. Перспективи європейської інтеграції ринку туристичних послуг України / С. Шевченко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.2 – С. 124–130.

9. Шпак Л. О. Інституційне регулювання розвитку туристично- рекреаційного комплексу / Л. О. Шпак // Агросвіт. – 2014. – № 5. – С. 32–35.

10. John G. C. Kester. 2011 International Tourism Results and Prospects for 2012 / John G. C. Kester // UNWTO News Conference HQ [Źródło elektroniczne]. – 2012. – 16 January. – Stiezka dostępu: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_hq_fitur12_jk_2pp_0.pdf.

11. UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition [Źródło elektroniczne] / World Tourism Organization. – Stiezka dostępu: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr_0.pdf