

ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ

FEATURES AND CURRENT TRENDS OF THE MANAGEMENT OF TOURISM BUSINESS IN UKRAINE

У статті розглянуто стан та перспективи розвитку вітчизняної туристичної галузі. Досліджено основні тенденції та актуальні проблеми туристичної галузі України. Визначено, які саме фактори їх обумовлюють та впливають на збалансованість та ефективність використання туристичного потенціалу. Проаналізовано вплив загальних економічних факторів на туризм.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, туристичний продукт, туристична послуга, зовнішні та внутрішні чинники.

В статье рассмотрены состояние и перспективы развития отечественной туристической отрасли. Исследованы основные тенденции и актуальные проблемы туристической отрасли Украины. Определено, какие именно факторы их обуславливают и влияют на сбалансированность и

эффективность использования туристического потенциала. Проанализировано влияние общих экономических факторов на туризм.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, туристический продукт, туристическая услуга, внешние и внутренние факторы.

The article considers the state and prospects of development of the domestic tourism industry. The main tendencies and actual problems in the tourism industry of Ukraine are also researched. It is determined which factors determine them and influence the balance and efficiency of the use of tourism potential. The influence of general economic factors on tourism is analyzed.

Key words: tourism, tourism industry, tourist product, tourist service, external and internal factors.

УДК 338.48

Гризівська Л.О.

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту, адміністрування та готельно-ресторанної справи Хмельницький національний університет

Постановка проблеми. Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Розвиток туристичної галузі є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем та постійну мінливість внутрішнього. Тому важливо визначити, які саме фактори їх обумовлюють та впливають на збалансованість та ефективність використання туристичного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туристичної галузі приділяється багато уваги з боку таких вітчизняних практиків та вчених, як, зокрема, В. Азар, М. Біржаков, Д. Боуен, М. Борушак, А. Мазаракі, Д. Мейкенз, С. Мельниченко, Т. Ткаченко, В. Худо, Л. Шульгіна, В. Явкін. Однак у зв'язку з тим, що туризм – це динамічна галузь, визначення сучасних умов його ефективного функціонування потребує постійного відстеження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасного стану туристичної галузі та перспектив її розвитку в майбутньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

Система туризму функціонує у суспільному оточенні. Середовище опосередкованого впливу визначають політичні фактори, фактори демографічного, природного, науково-технічного харак-

теру, соціокультурні фактори, стан економіки, міжнародні події та інші фактори, які не мають безпосереднього впливу на функціонування туристичної сфери, але відображаються на них.

Середовище опосередкованого впливу зазвичай складніше, ніж прямого, тому під час його досліджень керуються насамперед прогнозами.

Вплив загальних економічних факторів на туризм може бути як позитивним, так і негативним. Серед позитивних факторів слід вирізнити:

- зростання реальних доходів;
- більш рівномірний розподіл прибутків;
- стабільну валютну ситуацію;
- вигідну кон'юнктуру ситуацію (висока місткість ринку і високі темпи його розвитку, які характеризуються низьким або середнім рівнем конкуренції).

Негативний вплив на туризм мають:

- кризові економічні явища;
- занепад промисловості (зростання безробіття, скорочення заробітної плати, тимчасовість роботи);
- нестабільна валютна ситуація;
- невідповідна кон'юнктура ситуація, характерна для насиченого, поділеного між основним гравцями ринку з високим рівнем конкуренції, низькими або нульовими темпами зростання.

Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років, індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту (рис. 1).

Комплексна система організації виробництва такого продукту називається індустрією туризму,

яка об'єднує спеціалізовані підприємства, організації та установи.

Основні моменти, необхідні для формування сучасної стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках, такі:

- широкомасштабне проведення рекламно-інформаційної компанії в засобах масової інформації в Україні та за кордоном;
- розвиток виставково-ярмаркової діяльності у сфері туризму;
- організація презентацій туристських можливостей України в країнах, що спрямовують туристів в Україну;
- організація мережі інформаційних центрів для іноземних туристів в місцях проходження найбільших туристичних потоків;
- формування сучасної статистики туризму.

Головне завдання підприємств туристичної галузі полягає в організації комфортного та якісного забезпечення мотиваційних вимог туриста. Відповідність вимогам гарантує ефективність їх діяльності на ринках різного рівня. Туристична галузь функціонує і розвивається, скерована державною туристичною політикою у сфері туризму. Функціями підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів туристичного призначення, виробництво туристичного продукту. Туристична галузь складається з підприємств, що надають послуги гостинності, транспортні послуги, та підприємств, що створюють комплексний туристичний продукт і організовують його споживання (туроператори і турагенції).

Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є те, що туризм – це специфічна форма діяльності людей. Тому під час розроблення системи управління туристичним підприємством необхідно враховувати особливості туристичних послуг і туристичного продукту. Відповідно до цього можна виокремити декілька спільних рис, характерних для управління туризмом:

- невідчутність і незбереженість туристичного продукту;

– різноманітність та пріоритет бажань кінцевих споживачів під час планування туристичної діяльності;

- значущість маркетингу в туризмі;
- унікальність туристичної послуги.

Під час дослідження особливостей роботи туристичних організацій встановлено, що в галузі туризму важливо розробити систему менеджменту туристичних організацій, яка б саме поєднувала ефективно управління організаціями з одночасним їх становленням як суб'єктів господарювання, що розвиваються, гнучко адаптуються до змінних ринкових умов, діють на ринку, випереджаючи його тенденції. Оскільки класичні методи організаційного менеджменту ґрунтуються на критеріях якості, повноти, своєчасності, безпеки надання послуг та товарів, малоприсади до умов непередбачуваного розвитку ринку туризму, необхідно розробити систему менеджменту, максимально адаптовану до динаміки туристичних потоків, як зовнішніх, так і внутрішніх, туристичного споживання та інших тенденцій на ринку туризму [3].

Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких суперечностей в його організаційній структурі, в спрямованості розвитку, в стані якісних і кількісних характеристик.

З одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі та значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. З іншого боку, відзначаються високі темпи будівництва туристських об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, зростання кількості туристичних організацій по всій території України. Згідно з оцінкою експертів WTO Україна посідає 14 позицію у світовій класифікації за відвідуваністю іноземцями, що становить 2,5% світового ринку виїзного туризму. За прогнозом WTO до 2020 р. Україна може увійти в першу десятку країн найпопулярніших напрямків туризму [2].

Сьогодні туризм – це динамічна галузь економіки, в якій станом на 2017 р. працювало понад 500 тисяч людей, більшість яких складають жінки, а, згідно з даними КМУ, до 2022 р. ця цифра повинна досягнути 1 млн. осіб. Також до 2022 р. частка туризму у ВВП повинна складати до 10% (сьогодні в межах 2,5%) за прикладом провідних туристичних країн Європи, а кількість туристів плановано має зрости до 50 млн. осіб (Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», 2007 р.).

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів,



Рис. 1. Комплексна система організації виробництва туристичного продукту

джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного та повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави. Пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в'їзний) туризм як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць. Нині Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, підтримки в належному стані потребують і рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України, інші об'єкти туристичних чи екскурсійних послуг.

Туристична галузь в Україні є п'ятою за значенням складовою поповнення бюджету, і її питома вага має значно зрости з огляду на такі об'єктивні передумови, як вигідне геополітичне розташування України в центрі Європи, наявність значного туристично-рекреаційного потенціалу, сприятливий клімат, багата флора та фауна, чисельні культурно-історичні пам'ятки світового рівня.

Основними причинами гальмування розвитку туризму в Україні є:

- відсутність цілісної системи державного регулювання туризму в регіонах;
- підпорядкування закладів розміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих та рекреаційних установ різним міністерствам і відомствам, а також іншим органам виконавчої влади;
- нечітке визначення в законодавстві належності підприємств готельного господарства до підприємств, які надають туристичні послуги;
- повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму;
- невідповідність більшості туристичних закладів, які поступово приходять в занепад, міжнародним стандартам, що вимагає значних інвестицій;
- недостатнє забезпечення туристичної галузі висококваліфікованими фахівцями;
- недостатність державної підтримки та комплексного підходу до рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг;
- недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;
- тенденція скорочення кількості підприємств готельного господарства;
- високі податки;
- незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів.

Ресурсна база України має унікальний курортний і туристичний потенціал, здатний забезпе-

чити подальший розвиток національного курортного та туристичного продукту і вихід його на міжнародний ринок. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, який може максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів за збереження екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Це стосується перш за все таких привабливих туристично-рекреаційних зон, як Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Херсонська, Чернівецька області, м. Київ.

Також надзвичайно б сприяло виведенню туризму на якісно кращий рівень PR-компанії наших туристичних об'єктів, адже багато туристів, можливо, навіть не знають, що в комплексі може запропонувати їм Україна. Тобто недостатня інформованість про туристичні заклади відпочинку, тури країною, туристичні послуги також є негативним фактором у розвитку туризму. Не менш важливою залишається якість наданих туристичних послуг. За цим показником Україна поступається багатьом країнам.

Нині рівень відповідної інфраструктури в нашій країні задовільний, але ще далекий від ідеального. Головна проблема полягає у високих цінах та відсутності адекватного сервісу з точки зору вартості.

Незважаючи на інтенсивний туристичний бум в Україні за останні роки, вплив індустрії туризму на економіку країни поки що незначний. Він приблизно адекватний внеску держави в розвиток цієї галузі і стримується переважно відсутністю реальних інвестицій, низьким рівнем готельного сервісу, недостатньою кількістю комфортабельних готельних місць, дефіцитом кваліфікованих кадрів тощо.

Очікувана соціально-економічна результативність туристичної індустрії залежить не тільки від вибраної тактики та стратегії розвитку, але й від того, який економічний клімат буде встановлено у взаємовідносинах суб'єктів туристичного господарювання як між собою, так і з державою. Механізм формування таких відносин сьогодні перебуває у стадії становлення. Але очевидним є те, що розвиток туристичної індустрії має спиратись на нові методи господарювання, ефективні організаційні структури, економічну свободу виробників туристичного продукту, що за умов наростаючої конкуренції забезпечить насичення туристичного ринку високоякісними послугами та сприятиме соціально-економічному прогресу території.

Висновки з проведеного дослідження. Туристична сфера є однією з найголовніших галузей економіки у низці багатьох країн.

Для продовження успішної діяльності, пов'язаної з туризмом, підприємствам потрібно

вигадувати нові цікаві пропозиції для своїх споживачів, зокрема можливість скомбінувати зарубіжну поїздку з освітою, вивченням мови, підвищенням кваліфікації споживачі будуть розглядати як вигідну інвестицію для підвищення власного рівня, успішного працевлаштування, просування по кар'єрних сходах.

Україна має надзвичайно великі перспективи в розвитку туристичного ринку послуг і туристичного бізнесу, адже має багато туристичних ресурсів, що є однією з передумов розвитку туризму. Але, з іншого боку, щоб привабити туристів і розвинути туристичну галузь, потрібно виправити деякі проблеми, які гальмують розвиток туристичного бізнесу в Україні. Насамперед потрібно побороти фактори, які негативно впливають на розвиток туристичної сфери, і розвивати та вдосконалювати позитивні фактори.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР; редакція від 11 лютого 2015 р. URL: http://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm.
2. Статистична інформація / Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Ковальчук С., Миколишина В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 4. С. 60-65.
4. Козубова Н. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні. Інноваційна економіка. 2014. № 2. С. 137-143.
5. Скляр Г. Економічна сутність та закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2014. Вип. 1. С. 106-112.
6. Сагалакова Н. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 17. С. 27-33.
7. Горіна Г. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Сер.: Економічні науки. 2016. № 2 (63). С. 121-127.
8. Ковешніков В., Ліфіренко О., Стукальська Н. Інноваційні види туризму. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 4. С. 38-44.
9. Рега М. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі. Молодий вчений. 2015. № 5 (20). С. 72-75. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/5/56.pdf>.