

СОЦІОЛОГІЯ ТУРИЗМУ

УДК 338.486:351.85

В.П. СІЧКАРЕНКО

РОЛЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ В УКРАЇНІ

У статті показано роль і перспективи розвитку туристичного бізнесу України на міжнародному ринку, визначено переваги і недоліки в'їзного та виїзного туризму для розвитку культури, запропоновано та обґрунтовано альтернативи досягнення конкурентоспроможності туристичних послуг України.

Ключові слова: туризм, туристична інфраструктура, туристична індустрія, історико-культурні цінності, туристично-рекреаційний потенціал.

Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки і сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям розвитку цього ринку й української культури.

Для виявлення проблем українського туризму доцільно розглянути стан цієї галузі на світовому ринку і порівняти його з ситуацією в Україні. Саме таким шляхом, але враховуючи особливості та специфічні риси нашої країни, можна розкрити всю глибинність провідних проблем галузі.

Характерною рисою кінця ХХ ст. став бурхливий розвиток туризму – найбільш демократичної та інтернаціональної сфери суспільної діяльності. Потужний імпульс до цього було дано на Першій всесвітній конференції “Туризм як впливова сила збереження миру” (Ванкувер, 1988 р.), де вперше пролунав заклик до поширення та пропаганди туризму як гаранта миру та безпеки, який впливає на громадян різних країн, їх економіку, культурну спадщину, традиції, релігію та ремесла.

Водночас туризм є однією з найприбутковіших галузей світової економіки і по своїй економічній віддачі вийшов на її провідні позиції: на нього припадає близько 10% виробленого у світі валового продукту та близько 30% світової торгівлі послугами. Також ним закумуляовано близько 7% світових капіталовкладень. Кількість міжнародних туристичних мандрівок постійно зростає, відповідно доходи від готельно-туристичних послуг також підвищуватимуться прискореними темпами і можуть зрости від 445 млрд дол. США у 1998 р. до приблизно 2 трлн дол. США у 2020 р. (за прогнозами). За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше ніж 800 млн осіб. Примітним є те, що більше ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету, а в 70 – однією з трьох статей. Наприклад, в

Іспанії частина прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг становить 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – більше ніж 70%.

На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід зазначити, що об'єктивно вона має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього й іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Але, на фоні світового туризму, який набирає потужностей швидкими темпами, Україна виглядає досить скромно. На сьогодні українські громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн, що є одним з найболючіших питань всієї туристичної галузі.

Безумовно, що причини такого становища треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, у невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема є значно ширшою. Питання стосується не лише туристичної галузі України, а і взагалі шляхів залучення країн з економікою, що розвивається, до інтеграційних процесів і конкурентоспроможності таких економік на світовому ринку.

Також у галузі туризму проблемним сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, сьогоднішній рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру, складаючись, у свою чергу, з ряду інших, більш конкретних питань. Так, до останніх можна віднести, насамперед, відсутність розвинутої інфраструктури, низьку якість обслуговування, відсутність якісної реклами та детальної інформації про культурні надбання, готелі, санаторії, тури по країні та послуги, які надаються, на світовому рівні, значний податковий тягар тощо.

Мета статті – проаналізувати глобальну та регіональну конкурентоспроможність України в галузі туризму; визначити альтернативи та запропонувати програму розвитку туризму як передумови розвитку культури країни.

Для глибинного розуміння тих процесів, які призводять до виникнення та існування згаданих вище проблем в галузі туризму, слід більш детально проаналізувати ситуацію, що склалася на цьому ринку послуг.

Незважаючи на широку “географію” туристів, які приїжджають до нашої країни, переважну частину (78%) становлять туристи, в першу чергу, з Росії, Білорусі та Молдови, щодо інших країн, то найбільше Україну відвідують туристи з Угорщини, Словаччини та Польщі. При цьому частина іноземних туристів, які подорожували в туристичних групах, є досить незначною – лише 1,2%. Більшість громадян, які, за

існуючою класифікацією, розглядаються як іноземні туристи, фактично такими не є, а відвідують Україну зі службовими або приватними цілями (в тому числі, для ведення приватного бізнесу). Це водночас є яскравим свідченням недостатності розвитку в Україні організованого туризму.

Хоча практично вся територія нашої країни має достатній потенціал для розвитку туризму, все ж інтенсивність відвідувань іноземними туристами її окремих регіонів дуже відрізняється.

При досить значних, а часом і унікальних природно-лікувальних ресурсах України, лікувальний туризм (поряд зі спеціалізованим і зеленим) ще не отримав тут достатнього розвитку. Такі види туризму приваблюють лише менше ніж 2% туристів.

Як свідчить здійснений порівняльний аналіз, в Україні туристична інфраструктура є недостатньо розвинутою і водночас раціональною, що в поєднанні з низькою якістю сервісу зумовлює її низьку привабливість, і, відповідно, прибутковість на фоні аналогічних показників по інших країнах Європи.

На жаль, на сьогодні можемо лише констатувати, що на фоні зростаючої конкуренції на світовому ринку туристичних послуг і внаслідок дії ряду факторів, про які йтиметься нижче, відрив України від провідних туристичних країн збільшується.

Пропозиції до розв'язання проблеми. Ситуація, що склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної його якості.

Фактори, що спричиняють розвиток іноземного туризму, не адекватний природо-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України, знаходяться як у суто внутрішній, галузевій, так і в зовнішній (переважно загальноекономічній) площинах. Основними з галузевих факторів є:

1. Недостатній рівень розвинутої мережі й об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Серед об'єктів інфраструктури переважають великі (порівняно з аналогічними зарубіжними) комплекси, зі значною концентрацією місць і низьким рівнем комфортності. Потрібно також відзначити, що в Україні лише близько 10% готелів відповідають міжнародним стандартам. Зараз ситуація починає поступово змінюватися. Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні стали підготовка до проведення Євро-2012 і розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів (далі – МТК). За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, пов'язаними з МТК). У зв'язку з потужним туристичним потенціалом нашої країни, цей факт може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки.

2. 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 закордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. І хоча в 1999 р. у нашій країні було створено власну інформаційну систему (UTIS), вона значною мірою носить комерційно-інформаційний, а не іміджевий характер. Тому буде доречним спрямувати частину коштів на рекламу України по всьому світу та її широкі туристичні можливості.

3. Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденного вжитку: 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 – в інтернет-форматах, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспорті у режимі реального часу – on-line). Останнім часом у галузі інформаційних технологій України спостерігається значне пожвавлення, що зумовлено підготовкою до проведення Євро-2012. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

4. 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 й адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги; тим часом як у Росії, яка, за прогнозами ВТО, у 2020 р. увійде до десятки найбільш відвідуваних країн світу, вже сьогодні функціонує близько 40 державних і приватних навчальних закладів підготовки кадрів для туризму. В нашій державі також поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямі, не маючи відповідного досвіду.

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

Головними зовнішніми факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є викликана несподіваністю економічних реформ несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість нормативно-правового поля і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат). Несприятливість бізнесового клімату спричинила той факт, що майже з 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини.

Обґрунтування пропозицій і вибір альтернатив. Якщо розглядати альтернативи, що існують сьогодні перед українським туризмом, то є лише два сценарії подальшого перебігу подій: чи робити акцент на іноземного споживача, чи відроджувати внутрішній туристичний процес.

Зрозуміло, що палкі суперечки, які точаться з цього приводу, базуються на перевагах і недоліках як першого, так і другого шляху розвитку.

Якщо орієнтуватися насамперед на іноземного споживача, то це потребуватиме серйозного перегляду всієї суті самого поняття туристичної послуги як такої. Іноземний турист їде в Україну насамперед за враженнями і готовий платити за них державі, а не ізольованому від неї туристичному об'єкту. За оцінками фахівців, за останні чотири роки наші можливості по прийому іноземних туристів використані на 10%, від чого ми втратили 80% валютних надходжень. Отже, під великий сумнів можна поставити надії на істотне пожвавлення процесу припливу іноземних інвестицій на туристичний ринок України.

На рівні концептуального обґрунтування програм на найближчу перспективу перевагу слід віддати орієнтації на розвиток внутрішнього туристичного процесу.

Та структура українського туризму, яка існує вже протягом багатьох років, потребує якщо не докорінної зміни, то хоча б відповідної адаптації до сучасного становища як у країні, так і у світі. На сьогодні вона є досить своєрідною. Так, майже половина (близько 43%) належить відпочинку на курортах та в інших рекреаційних зонах. Звичайно, ніхто не стверджує, що це може стати негативною рисою нового українського туризму, але слід приділяти більшу увагу й іншим видам туризму. Так, розмір сільського, мисливського та інших спеціалізованих видів туризму становлять лише 9%.

Незважаючи на всі реалії сьогодення, хотілося б зазначити, що Україна об'єктивно має потужний туристичний потенціал, який, на жаль, використовується не дуже ефективно. За оцінками експертів, основними мотивами для туристичних мандрівок в Україну є культура країни. Тому, необхідно привертати увагу потенційних туристів до історико-архітектурних пам'яток, стародавніх звичаїв і традицій українського народу. Серед унікальних пам'яток української держави яскравий інтерес для іноземних туристів можуть являти: пам'ятники та монументи епохи Київської Русі; об'єкти туризму, пов'язані з історією українського козацтва; туристично-екскурсійні маршрути по місцях гайдамацького руху; меморіальні ансамблі, присвячені героїчній боротьбі за визволення України в часи Другої світової війни; шедеври архітектури різних стилів; палацово-паркові ансамблі та пам'ятки мистецтва.

Тому багатий історико-культурний потенціал є однією з основних складових загальної стратегії розвитку туризму в Україні, формування конкурентоспроможності нашої країни на світовому туристичному ринку.

Висновки. Отже, аналіз ситуації в туристичній галузі України дає змогу виокремити її головні проблеми та запропонувати оптимальні шляхи їхнього розв'язання, такими зокрема є:

- розробка нормативно-правової бази з питань туризму та здійснення експертиз проектів законодавчих і інших нормативно-правових актів у цій галузі Державним комітетом України по туризму;
- розробка стандартів на послуги, які надаються туристам і екскурсантам, проведення сертифікації туристичних послуг;
- облаштованість туристичної інфраструктури в мережі МТК, які пролягають через територію України;
- розвиток потужної реклами вітчизняного туристичного продукту;
- випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу, створення спеціалізованих видань туристичного профілю;
- підготовка кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

З урахуванням тенденцій реформування всіх сфер громадського життя доцільним є розробка основних напрямів розвитку туризму в Україні до 2020 р. Вони повинні стати концептуальною базою довгострокової Державної програми розвитку туризму, створення організаційно-правових і економічних основ становлення туризму як високорентабельної галузі економіки, важливих засобів культурного й духовного виховання громадян України, відтворення їхнього трудового потенціалу.

Список використаної літератури

1. Указ Президента України “Про підтримку розвитку туризму в Україні” від 02.03.2001 р. № 127/2001.
2. Богатырёва Е. Приключенческий туризм / Е. Богатырёва // Туризм и отдых. – 2006. – № 4. – С. 23–25.
3. Каретнікова О. Туризм в Україні потрібно зробити бюджетною сферою / О. Каретнікова // Голос України. – 2010. – 24 березня.
4. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг : навч. посіб. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.

Сичкаренко В.П. Роль туристической отрасли в развитии культурных ценностей в Украину

В статье показана роль и перспективы развития туристического бизнеса Украины на международном рынке, определены преимущества и недостатки въездного и выездного туризма для развития культуры, предложено и обосновано альтернативы достижения конкурентоспособности туристических услуг Украины.

Ключевые слова: туризм, туристическая инфраструктура, туристическая индустрия, историко-культурные ценности, туристически-рекреационный потенциал.

Sichkarenko V. The role of the tourism industry in the development of cultural property in Ukraine

The article reveals the role and prospect of the development of Ukrainian tourist business in the international market. Certain advantages and lacks of

inbound and outbound tourism for the development of culture are identified. Alternatives of achievement of tourist service competitiveness of Ukraine are also offered and substantiated.

Key words: *tourism, tourism infrastructure, tourism industry, historical and cultural values, tourism and recreational potential.*