

ТУРИЗМ

УДК 911.3: 379.85

Ярослав МАРИН'ЯК

**ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ЇХ
ВПЛИВ НА СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО
БІЗНЕСУ**

На сучасному етапі для міжнародного туристичного ринку характерні процеси жорсткої конкурентної боротьби за клієнта, ринки збуту й сфери впливу. Одним із істотних напрямів розв'язання цієї проблеми є дослідження рушійних сил, які впливають на кількісні і якісні характеристики його функціонування і розвитку. Незважаючи на численні публікації за останні роки це питання є поки що мало вивченим. Саме ця стаття певною мірою заповнює цю прогалину.

Існує багато публікацій присвячених аспектам розвитку туристичної галузі, як серед економістів, соціологів, філософів, юристів, так і серед географів – суспільствознавців. Поки що жоден дослідник не зробив ґрунтовного аналізу цих праць. Існують лише окремі спроби вивчити ці питання (М.М. Жукова, О.О. Любцева, Н.І. Кабушкін та ін.) [1; 2; 3; 5; 8; 9; 10; 11; 17; 18.] У цьому дослідженні вперше подається найповніший виклад місця глобалізаційних та інноваційних чинників у розвитку туристичної індустрії України.

В публікації ставляться такі завдання: а) розкриття поняття “Зовнішні та внутрішні” чинники та їх роль у розвитку індустрії туризму, б) детальний аналіз вище зазначених чинників на розвиток і стан туристичної індустрії в Україні.

Ключовою ознакою сучасної світової економічної системи все більшою мірою стає міжнародна концентрація капіталу та глобалізація господарської діяльності. Концентрація транснаціонального капіталу і виробництва на сьогодні досягла якісного нового рівня, що дозволяє говорити про становлення нового економічного порядку, де визначальну роль відіграють міжнародний капітал, транснаціональні корпорації (ТНК) та міжнародні організації.

Процес економічної глобалізації сьогодні визначається гострою конкурентною боротьбою та дією двох суперечливих тенденцій: підпорядкування світової економіки інтересам міжнародної фінансової еліти й транснаціонального капіталу, з одного боку, та конкуренцією національних економічних систем – з іншого. Ці тенденції переплітаються, створюючи в кожній країні унікальне поєднання зовнішніх та внутрішніх факторів.

Отже, можна класифікувати чинники формування туристичної індустрії за сферою їх впливу як зовнішні так і внутрішні.

Зовнішні чинники знаходять своє відображення як у повній економічній залежності туристичних ринків. Так і навпаки як Великобританія, Німеччина, Франція, Італія та ін. економічна політика яких визначається переважно інтересами національного капіталу та виробників туристського продукту.

Прагнути до контролю над глобальним ринком і кожною його складовою, світова фінансова еліта та великий транснаціональний капітал нівелюють економічні, культурні та політичні кордони між націями, підпорядковують своїм інтересам конкурентні переваги кожної з них, формують свою фінансову, інформаційну та правову інфраструктуру.

На сьогоднішній день Україна може конкурувати на ринку туристичних послуг за трьома напрямками:

- Крим,
- Карпати,
- екологічні маршрути (екологічний туризм).

Власне у цих регіонах зосереджено найбільше туристичних фірм (за винятком Києва).

До зовнішніх чинників, що впливають на туристичну індустрію відносять: базові та додаткові. Базовою основою є наявність законів, якими держава регулює діяльність туристичних підприємств. До інших базових чинників можна віднести доступність основних компонентів для організації підприємства (кошти, приміщення та ін.). Додатковими є наявність державної підтримки туристичного бізнесу, інфраструктура, ін.

В Україні створенні законодавчі акти, які чітко визначають і системно регулюють туристичну діяльність, цивілізованим законодавчим шляхом структурує туристичний ринок. Закон України "Про туризм" відповідає нормам і правилам міжнародної практики у сфері туризму, праву Європейського Союзу, чим стимулює туристичні фірми працювати до узвичаєних міжнародних норм і стандартів. Законодавча база [4; 14] є фундаментом, який дозволяє побудувати ефективну нормативну базу українського туризму.

Фінансове забезпечення туристичних підприємств та класична банківська гарантія, передбачена в новому Цивільному кодексі.

Законодавство дає можливість структурування і координацію ринку туристичних послуг в Україні. Це також виходить із міжнародної практики й досвіду законодавчого регулювання цієї галузі в інших країнах. Закон України "Про туризм" спрямований на гармонізацію українського законодавства з міжнародним правом. Зокрема існують затверджені 1989 р. рекомендації до Гаазької декларації Міжпарламентської конференції з туризму [14].

В окремому пункті зазначається, що в секторі туризму існують певні межі, далі яких процес децентралізації та деконцентрації йти не може. І без національного механізму, що забезпечує координацію туристичної політики держави на національному й регіональному рівнях не обійтись.

Це призводить до того, що у маленькій турфірмі невисокі витрати, що й дозволяє їй нібито конкурувати з великими туристичними компаніями. Великі підприємства завжди можуть знайти захист від конкурентів, поза-як за рахунок обсягів вона бере на себе і зниження цін, тобто диверсифікує ринок послуг. Маленька компанія таких обсягів немає, тому одиниця послуг коштує завжди дорожче. Іноді вони позиціюють себе з кращою пропозицією, якщо на певному сегменті, у певному місці вдалося домовитися. Але здешевлювати послуги найчастіше вона може, тільки працюючи "у тіні". Таким чином, права споживачів турпослуг дуже сумнівні.

Закон України "Про туризм" розв'язав ряд питань:

- визначив і структурував галузь, тобто визначив, що в туризмі існують специфічні суб'єкти господарювання, яких немає в жодній іншій галузі: такі як туроператори й турагенти;
- встановив повноваження та місце органів влади в галузі, що захищає бізнес від непотрібних втручань;
- носить антимонопольний характер, оскільки забороняє одному туроператору мати понад 20 % частини статутного фонду іншого оператора;
- забороняє іноземним громадянам займатися екскурсійною діяльністю на території України;
- захищає туристичні фірми від "професійних несумлінних туристів" шляхом законодавчого обмеження максимально можливої суми претензій туристів;
- дозволяє туристичним фірмам устанавлювати партнерські, взаємовигідні відносини з готелями на основі "агентських договорів";
- передбачає сертифікацію засобів розміщення туристів. Це, безумовно стимулює підвищення якості готельних послуг;
- передбачає відповідальність туроператора, а не туриста перед клієнтом за невідповідність між замовленою та наданою послугою;

- розроблено механізм відшкодування фінансових гарантій у форматі тристоронніх договорів за схемою страхова компанія – банк – турфірма з мінімальними відсотковими платежами.

Новий Закон України “Про туризм”, попри всі його недоліки й різночитання, вирішує дві основні проблеми:

1. Створюючи бар’єри для входу на ринок, різко зменшує приплив випадкових фірм. При цьому серед уже діючих агентств залишаться тільки сильні, професійні фірми.
2. Поділ відповідальності між туроператорами і турагентствами нарешті вирішить дві проблеми: кожен із учасників ринку відповідатиме тільки за свої дії, туристичне агентство перестане відповідати за рівень якості турпродукту і помилки вітчизняних чи закордонних туроператорів.

Українські турфірми постійно контактують із зарубіжними партнерами, тож вони досить швидко вивчили світові стандарти. Україна з 1997 р. стала членом Світової туристичної організації. Держава вжила ряд заходів щодо наближення до світових стандартів, а саме:

- скасувала готельний збір;
- частково ввела безвізовий режим. Відкрито консульські пункти в Сімферополі й Одесі. (Тільки в найбільш відвідуваній зоні Велика Ялта туристів збільшало на 30 %);
- Кабінет Міністрів України прийняв постанову, за якою українських громадян й іноземців урівнено в правах при користуванні всією сервісною інфраструктурою – від плати за готель до послуг таксиста й вартості квитків у музеї, на виставки й інші культурно – масові заходи;
- Міністерством внутрішніх справ ліквідовано таке безглузда, як реєстрація іноземців у ВВІРі;
- проведено кампанію у засобах масової інформації “відпочинок в Україні”, у процесі якого максимально розповіли про туристичні можливості України.

Усі ці заходи сприяють активізації бізнесу.

Важливим чинником є членство близько ста нині діючих українських туркомпаній в IATA – Міжнародної асоціації авіаперевізників й авіаагентств. Кожен, хто стає членом IATA, забезпечує цій організації 25 тисяч доларів банківських гарантій.

До доповнюючих факторів відносять теж наявність інфраструктури яка сприяє розвитку туристичної індустрії, а також процеси реєстрації туристичних підприємств.

При створенні туристичної інфраструктури пільги просто необхідні. Досвід багатьох країн світу власне вказує на це. Так, у Франції існує повне звільнення нових готельних підприємств від податку на прибуток впродовж перших двох років, на 75 % – на третьому, на – 50 % – на четвертому й на 25 % – на п’ятому році діяльності.

Створення умов для залучення інвесторів – загальнодержавне завдання, яке безпосередньо залежить від стабільної ситуації в державі. Потрібен державний механізм залучення інвесторів. Це довгострокові кредити, пільгове оподаткування на землю, на додану вартість, і багато чого іншого. При цьому слід надати пільги аж до експлуатації об’єкта.

Внутрішні чинники охоплюють особистісні та професійні здібності людей: рівень їх психологічної готовності та професійної підготовки тощо.

Враховуючи досвід провідних країн світу з підготовки фахівців для галузі туризму, та Державної програми розвитку туризму в Україні на 2002-2010 роки було включено низку заходів щодо підвищення якості кадрового забезпечення туристської діяльності.

Зокрема, Програмою було ініційовано запровадження нового напрямку підготовки “Туризм” зі спеціальностями, що охоплюють специфіку галузі.

На виконання Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки наказом Міністерства освіти і науки України на підставі ґрунтовних пропозицій

Держтурадміністрації України, погоджених з міністерствами праці і соціальної політики, економіки та з питань європейської інтеграції, іншими установами, відомствами, організаціями до номенклатури державних напрямів і спеціальностей підготовки фахівців у вищих навчальних закладах був введений напрям “Туризм” зі спеціальностями “Туризм”, “Готельне господарство”, “Організація обслуговування в готелях і готельних комплексах”. Міністерство освіти і науки України 24 квітня 2002 року створило Науково-методичну комісію з підготовки фахівців “Туризм” (0504) [12].

Орієнтуючись на міжнародний досвід та враховуючи національні особливості і рекреаційні можливості регіонів України, робочою групою з розробки галузевих стандартів, створеною при Київському університеті туризму, економіки і права, на підставі консультацій з провідними туристськими фірмами, готелями, санаторно-курортними комплексами пропонується ввести такі спеціалізації фахівців для галузі туризму і готельного бізнесу:

Спеціальність “Туризм”, спеціалізації: міжнародний туризм, внутрішній туризм, зелений (сільський) туризм, менеджмент туристичної індустрії, екскурсійна та музейна діяльність, інформаційні технології в туризмі, маркетинг на транспорті і в туризмі, спортивно-оздоровчий туризм.

Спеціальність “Готельне господарство”, спеціалізації: організація готельної та ресторанної справи, менеджмент готельного, курортного і туристичного сервісу, менеджмент готельного господарства і туризму, стандартизація і сертифікація готельних і ресторанних послуг, інформаційні технології в сфері гостинності.

Спеціальність “Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах”, спеціалізації: організація обслуговування в оздоровчо-курортних комплексах, організація комерційної діяльності в готелях і ресторанах, організація обслуговування приватного-сільського туризму, організація обслуговування подорожей.

Попит в Україні на фахівців туристської, готельної і ресторанної справи у сфері відпочинку і розваг уже зараз є досить великим і він дедалі зростатиме, оскільки сьогодні готельний і туристський бізнес – один з найрозвинутіших у світі. Будемо сподіватися, що це — близьке майбуття України.

Отже, досліджено чинники, які необхідно ефективно використати на державному рівні управління для прискореного розвитку індустрії туризму. Формування факторів дозволяє тій чи іншій країні отримати конкурентні переваги на міжнародному туристичному ринку, неможливо без активної діяльності державного рівня управління туристичними ресурсами й індустрією туризму.

Проведений детальний аналіз цієї проблеми дав можливість зробити такі висновки:

1. Виділені чинники за сферою впливу, а саме зовнішні та внутрішні дозволили з'ясувати дійсний стан туристичної індустрії в Україні та виокремити її місце у глобальному ринку туристичних послуг.
2. В Україні створена законодавча база в галузі туризму, що є доброю передумовою інвестиційної діяльності.
3. Інноваційна діяльність в Україні спрямована на забезпечення розвитку та встановлення туристичної індустрії. Аналіз показників, що характеризують інноваційний процес у цій галузі, свідчить про наявність тенденцій:
 - a. інноваційна активність туристичних підприємств має стійку тенденцію до зростання;
 - b. продовжується зміна якісного складу інноваційних процесів на користь одного напрямку інноваційної діяльності – впровадження інформаційних технологій в обслуговуванні.
4. Змінити ситуацію можливо шляхом створення нових моделей організації і управління туристичною індустрією, увібравши в себе останні досягнення теорії і практики глобального господарювання й управління.

Література:

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176с.
2. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика 2003. – 304с.
3. Дурович А.П., Анастасова Л.М. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб.-прак. пособие. – Минск: Новое знание, 2002. – 348с.
4. Закон України “Про туризм” // Офіційний вісник України. Щотижневий збірник актів законодавства. – К.: 2003. – №50. – С.34-56.
5. Жуков М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 200 с.
6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192с.
7. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320с.
8. Кабушкин Н.И. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2003. – 496с.
9. Любицева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: “Альгерпрес”, 2002. – 320с.
10. Менеджмент туризма. Экономика туризма / Под ред. В.А. Квартальнова: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320с.
11. Организация туризма: Учеб. пособие / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.; Под общ ред. Н. И. Кабушкина. – Минск: Новое знание, 2003 – 632с.
12. Пазенок В.С., Федорченко В.К. Філософія туризму: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.
13. Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії. – К.: Вища шк., 1996. – 232 с.
14. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно правових актів / За заг. ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640с.
15. Регіоналогія туризму: Навч.-метод. видання // Стеченко Д.М., Сабодаш Г.О., Охріменко А.Г. та ін. // За ред. Д.М. Стеченка. – К.: Вид-во КУТЕП, 2004. – 220с.
16. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії. Навч. посібник. – Одеса: Астропринт, 2001 – 560с.
17. Храбовченко Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 292 с.
18. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: Учеб. пособ. – М.: КНОРУС, 2004. – 448 с.
19. Шаблій О.І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2001. – 744 с.

Summary:

GLOBALIZATION AND INNOVATIVE ACTIVITY IN UKRAINE AND THEIR INFLUENCE ON BECOMING AND DEVELOPMENT OF TOURIST BUSINESS.

In the article the external and internal factors of development of tourist industry are considered in Ukraine.

УДК 338.488.2:640.4

Ігор ПАНДЯК, Марта МАЛЬСЬКА, Михайло РУТИНСЬКИЙ

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

Глобалізація процесів у світовій економіці, інтеграція України у європейські та світові економічні та політичні структури зумовлює об'єктивну необхідність підвищення рівня розвитку туристичної сфери – зокрема готельної субгалузі, основної складової туристичної інфраструктури. В умовах інтегрованої у світову економіку, національна готельна сфера повинна стати засобом формування ринкового механізму господарювання, поповнення бюджету, створення високооплачуваних робочих місць, водночас презентабельного іміджу держави.

У державах із ринковою економікою готельний бізнес розглядається як один із найбільш динамічних та рентабельних видів підприємницької діяльності, із значними капіталовкладеннями у модернізацію матеріально-технічної бази та вдосконалення обслуговування. У туристичній сфері готельний бізнес займає ключові системоформуючі