

ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ, ЯКІ СТРИМУЮТЬ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Здобуття Україною незалежності та ліквідація монопольної планово-адміністративної системи відкрило бар'єри на шляху розвитку тих галузей, яким не приділялася достатня увага через надуману непродуктивність та рудиментарність. Так, саме людям стала приділятися найбільша увага, і, що найважливіше, людям не як гвинтикам великої всепоглинаючої машини, а як індивідуальностям, унікальним та неповторним. Яскравим свідченням цього став стрімкий розвиток сфери невиробничих послуг, орієнтованих саме на задоволення наших особистих потреб.

За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. чоловік. Витрати туристів без авіап перевезень до 2020 року становитимуть 5 трлн. доларів США. Примітним є й те, що більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету. Наприклад, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає 35 %, на Кіпрі та в Панамі – понад 50 %, на Гаїті – більш як 70 %.

Головними зовнішніми факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є викликана млявістю та несподіваністю економічних реформ несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля (і в тому числі – правил і умов перетинання кордонів іноземцями) 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 з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини. А якщо додати до цього ще й не підйомний тягар податків і відсутність будь-яких преференцій з боку держави, то виходить взагалі повний букет.

Як вже зазначалося, саме ці зовнішні та внутрішні фактори можуть бути базою, на основі якої розроблятимуться пропозиції щодо виходу галузі з кризового становища та слугувати вказівниками подальших напрямків її розвитку.

І цими проблемами не можна нехтувати, адже Україна, з її унікальним історичним минулим, з її неповторним мальовничим ландшафтом та гостинними людьми, є ідеальним простором для розвитку туризму.

Так, можна з впевненістю стверджувати, що в галузі туризму проблемним сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, і, більш того, – сьогоднішній рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу.

Якщо розглядати альтернативи, що існують сьогодні перед українським туризмом, то є лише два шляхи, тобто два сценарії подальшого перебігу подій. Саме зараз відбувається той вирішальний момент, від якого залежить майбутнє, коли з'ясується, чи стане туризм однією з головних статей доходу у бюджеті, як це відбувається у більшості цивілізованих країн світу, чи залишиться на тому ж рівні, на якому він існував до сьогодні. Все це визначається тими орієнтирами, що будуть закладені в політику розвитку туризму, тобто, якщо говорити доступніше, тим, на кого буде спрямований наш ринок туристичних послуг. Таким чином, стоїть альтернатива: чи робити акцент на іноземного споживача, чи реанімувати внутрішній туристичний процес.

Зрозуміло, що палкі суперечки, які ведуться з цього приводу, базуються на перевагах та 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. Адже іноземний турист їде в Україну насамперед за враженнями, і готовий платити за них у державу, а не в ізольований від неї туристичний об'єкт. За оцінками фахівців, за останні 4 роки наші можливості по прийому іноземних туристів використані на 10 %, від чого ми втратили 80 % валютних надходжень.

Саме тому, слід обрати, чи форсованими темпами довести рівень туристичного комфорту до міжнародних стандартів, чи поступово налагоджувати сервіс та реанімувати внутрішній туристичний процес. Зрозуміло, що така постановка питання є досить умовною, але на рівні концептуального обґрунтування програм на найближчу перспективу, перевагу слід віддати другому варіанту. Звичайно, це не значить, що при цьому треба ігнорувати вигоди від міжнародного туризму.

Не менш важливим є питання розвитку «нетрадиційного» туризму, бо розмір сільського, мисливського та інших спеціалізованих видів становлять лише 9 %. Доки не прийде усвідомлення у потребі туризму як провідної галузі економіки, ніяких змін на краще не відбуватиметься.