

**С.П. Наливайченко**

академік АЕН України

**К.В. Наливайченко**канд. екон. наук,  
м. Сімферополь**ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЯКОСТІ В ТУРИЗМІ**

В умовах розвитку Української держави туризм стає ефективним способом формування ринкового механізму управління, надходження значних коштів у державний бюджет, однією з форм раціонального використання вільного часу, проведення дозвілля, вивчення історії рідного краю, залучення широких мас населення для вивчення історико-культурної спадщини.

Беручи до уваги місце й роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним із пріоритетних напрямків розвитку національної культури й економіки, тому це визначає актуальність теми, що розглядається.

Дане дослідження ставить своєю метою розгляд туристичної сфери діяльності в Україні й оцінку її ефективності.

Для досягнення мети ми маємо вирішити наступні завдання:

- визначити сучасне місце міжнародної підприємницької діяльності в сфері туризму в Україні;
- проаналізувати динаміку розвитку туризму в Україні у 2005–2009 р. р.;
- надати характеристику властивостей і функцій сучасного світового туризму;
- провести моніторинг роботи деяких туристичних країн;
- визначити шляхи формування ефективної діяльності національної туристичної галузі.

Вивченням та розвитком питання національного туризму та роботи його підприємств займаються вчені та фахівці, що безпосередньо працюють у цій сфері: Абрамова І. Г., Бабенко Г. О., Бондаренко Г. А., Браймер Р. А., Бупоря Н. І., Вейл П., Вовків Ю. Ф., Исмаєв Д. К., Кабушкін Н. І., Котлер Ф., Маркова В. Д. [1–11].

Наша держава володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, переважаючи рівнинним ландшафтом, багатством флори й фауни, розвинутою системою транспортних повідомлень, культурно-історичними пам'ятниками, широкою індустрією подорожей і туризму.

У 2005–2009 рр. турфірми України віддавали перевагу в роботі з виїзним туризмом, що по чисельності потоку перевищував в'їзний туризм на відміну від попередніх років. Однією із причин таких структурних змін є зниження мотивації до залучення іноземців в Україну, викликане скасуванням в 2005 році нульової ставки ПДВ на послуги українським нерезидентам. Негативний вплив від цієї дії спостерігається декілька років підряд: починаючи з 2005 року, щонайдужче залучили на 25 % менше іноземних туристів [5, с. 102–105].

Подальший розвиток туризму гальмується з причин:

- відсутності цілісної системи державного управління туризмом у регіонах. [12];
- підпорядкованості закладів розміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих і рекреаційних за-

кладів, які надають туристичні послуги, різним міністерствам, відомствам, іншим центральним органам виконавчої влади [3];

- недосконалості нормативно-правової бази [4];
- недостатності методичної, організаційної, інформаційної й матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави [10];
- повільності темпів росту обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму [6];
- відсутності відповідних об'єктів для розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості [11];
- невідповідності переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам [8];
- тенденції скорочення кількості підприємств готельного господарства [9];
- незадовільного стану туристичної, сервісної й інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг і міжнародних транспортних коридорів [11];
- відсутності інноваційних проектів і наукових досліджень із питань розвитку перспективних видів туризму [12];
- недостатньої забезпеченості туристичної галузі висококваліфікованими фахівцями [3];
- недостатності державної підтримки й комплексного підходу до рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому й міжнародному ринках туристичних послуг [1];
- недосконалості бази даних, що стосується об'єктів туристичної сфери [8].

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, що може максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток території і їхніх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги й історико-культурної спадщини. Це стосується, насамперед, таких привабливих туристично-рекреаційних зон, як Автономна Республіка Крим, Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Черновецька області, м. Київ, де туризм займає провідне місце в розвитку економіки.

В умовах занепаду промислових підприємств спостерігається інтенсивний процес перерозподілу робочої сили із традиційно провідних галузей економіки України (металургійної, машинобудівної, оборонної й ін.) у сфери надання послуг. Це закономірний процес розвитку світової економіки.

Варто нагадати, що вартість створення одного робочого місця в сфері туризму в 20 разів менше, ніж у промисловості. Отож, цим можна скористатись, надавши державну підтримку галузі.

Туризм не тільки прямо або побічно охоплює більшість галузей економіки, у тому числі промисловість, сільське

господарство, будівництво, транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, громадське харчування, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, творчість, спорт і ін, а й стимулює їхній розвиток. Тому, від успіху функціонування національного туризму безпосередньо залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки й близько 10–15 % населення України [5, с. 101–102].

Аналізуючи динаміку розвитку туризму у 2005–2009 р. р., слід відзначити, що розвиток туристичної й курортної сфери України мав позитивну динаміку: збільшилися обсяги туризму в цілому, збільшилася ефективність господарської діяльності туристичних підприємств і продуктивність праці. Однак, темпи росту в 2009 році сповільнилися в порівнянні з попередніми роками. Одна із проблем, що стала причиною вповільнення розвитку, лежить у відсутності державного фінансування галузі протягом останніх років.

Надалі поетапність і інтенсивність розвитку галузі буде залежати, на нашу думку, від комплексної й плано-мірної реалізації стратегії створення конкурентоспроможного українського турпродукта, його розгорнутої реклами на внутрішньому й зовнішньому ринках, збільшення ефективності використання рекреаційних ресурсів шляхом впровадження інновацій, залучення інвестицій, впровадження комплексного підходу до розвитку туризму й курортів на регіональному рівні.

Пріоритетними видами туризму країни повинні стати внутрішній і в'їзний туризм, які характеризуються такими показниками.

Протягом 2009 року налічувалося 2552 установи, з них 230 не працювали з різних причин. Фактично надавали послуги 2 322 установи, якими оздоровлено 2.9 млн. українців, що на 4,8 % більше, ніж в 2005 році. 21 % оздоровлених доводиться на установи Автономної Республіки Крим [12].

За 2005–2009 роки загальна кількість установ зменшилася на 141 одиницю в основному за рахунок скорочення кількості будинків відпочинку. Скоротилася кількість санаторіїв-профілакторіїв на 25 будинків і пансіонатів відпочинку на 20, баз і інших установ (куточків відпочинку) на 90.

У той час, незважаючи на скорочення кількості установ, їх загальна максимальна місткість збільшилася на 2.7 млн. місць. На противагу цьому, число цілорічних місць зменшилося на 1.4 тис. Це говорить про те, що більшість основних фондів експлуатується тільки в літній період. Тому потенціал рекреаційних ресурсів використовується не на повну потужність.

Крім того, при великому попиті на санаторно-курортні послуги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, протягом 2009 року кількість відпочиваючих у цих установах залишається на рівні 2007 року. При цьому, в 2009 році частково не працювали 289 установ або 9 %, це 29 тис. місць-днів, або 7 % загального фонду. По функціональному призначенню більшість із цих установ це бази відпочинку — 76 %. Значна частина номерного фонду санаторіїв, здравниць перебувала в незадовільному стані. Найпоширенішою причиною простоїв є відсутність коштів на ремонті та експлуатацію установ — 48 % випадків [12].

Середньорічна завантаженість вітчизняних санаторно-курортних установ в 2009 році склала 51 %. Світовий досвід свідчить, що цей показник повинен бути вище, ніж 68 %.

Отже, інтенсивність використання матеріально-технічної бази комплексу санаторно-курортних установ України залишається низькою й тому не забезпечує ефективність галузі до комплексного відновлення основних фондів на рівні сучасних вимог і основних стандартів.

Протягом 2006 року працювали 18,2 тис. дитячих оздоровчих установ (таборів). Однак, їхня кількість скоротилася в 2009 році в порівнянні з 2005 роком на 0,7 %, що склало 128 установ. Загальна місткість дитячих установ також знизилась (на 3 %), але здебільшого за рахунок покращення умов на утримання дітей: збільшення площ ігрових кімнат, їх числа і т. п.

Протягом 2009 року в'їзний турпоток України збільшився на 1,5 %, або на 212 тис. чоловік (за рахунок приватних подорожей), у порівнянні з 2008 роком і склав 14,2 млн. чол. Отже, ми бачимо, що в 2009 збільшилося число приватних відвідувань України, що є позитивним чинником і свідчить про все більший інтерес жителів інших країн до нашої. Однак, ми також усвідомлюємо, що пізнавальний туризм, культурні й релігійні поїздки зменшуються по своєму обсязі вже не перший рік, а це значить, що туристи приїжджають в Україну тільки з метою відпочинку, переважного літнього. Необхідно зацікавити приїжджаючих, створити необхідну інфраструктуру та рекламу, для залучення туристів у сферу даних напрямків туризму, оскільки Україна володіє ними в достатній мірі [2, с. 315–317].

Нинішній стан світового туризму характеризується високими темпами розвитку, ростом ролі туризму в економіках окремих країн і регіонів, хоча криза 2008 року затрунула й галузь туризму, внаслідок чого темпи приросту туристів здебільшого, негативні (таблиця.1).

Туризм в економічному розумінні являє собою, з одного боку, сукупність суспільних відносин із приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання туристичних послуг, що проявляється в сучасній економічній теорії туризму, а з іншого боку — це частина народногосподарського комплексу даної країни як катализатора економічного росту.

Сучасний світовий туризм як частина економічного комплексу любої країни, характеризується наступними властивостями й функціями [3]:

- має свою індустрію виробництва й надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує турпродукт або тур і здійснює їхню реалізацію;
- створює ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- формує ринок туристичних послуг потрібного якісного рівня;

Таблиця 1

Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму

	2009 рік		2009/2008	
	Частка,%	Темп приросту,%	Абсолютна зміна, тис. чол.	
Усього в'їзних туристів	100	+7,2	1269503	
1. Росія	34	-5,9	-380021	
2. Польща	21	-12,3	-488905	
3. Молдавія	16	-0,9	-274953	
4. Білорусь	11	-13,4	-285056	
5. Угорщина	6	69,0	798937	
6. Словаччина	3	-36,3	-183503	
7. Румунія	2	-53,5	-186209	
8. Німеччина	1	-11,6	-24843	
9. США	1	-34,5	-38400	
10. Італія	0,3	25,2	15861	
11. Інші країни	4,7			

— виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури й підвищення рівня життя населення;

— є сферою, де дешево створюються робочі місця й забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;

— виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища й культурної спадщини людства, що становить основу ресурсного забезпечення туризму;

— сполучається практично з усіма сферами, галузями й видами діяльності людини;

— має переваги в глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Особливо варто виділити завдання формування національної професійної програми якості в туризмі.

У відповідності з Указом Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму й курортів в Україні» від 21.02.2007 р., 2008 рік був оголошений Роком туризму й курортів в Україні: Кабінету Міністрів України й місцевим органам влади було доручено розробити й реалізувати комплекс заходів, пов'язаних із цією подією. Також Указ передбачав необхідність створення механізмів сприяння будівництву нових і реконструкції існуючих об'єктів туристичної й курортної інфраструктури. Але, здебільшого, заходи не були реалізовані, очевидно, через економічну кризу.

Дійсно, у сучасності, дуже важливою новелою є завдання формування системи центрів туристичної інформації — елемента туристичної індустрії, що де-факто відсутній. З іншого боку, потрібно розгорнути створення туристичних представництв за рубежом. Такі представництва в українській моделі можуть бачитись як формат презентації українського туризму за рубежом. Вони можуть бути запропоновані бізнесом і на паритетних основах підтримані державою (наприклад — у вигляді фінансової підтримки маркетингових кампаній) — виконання цього завдання може стати досить корисним для розширення туристичної індустрії.

Важливо відзначити, що державі варто поставити завдання керівникам місцевих органів влади стимулювати залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури й створення привабливих умов для бізнесу, що вкладає кошти в розвиток туризму.

Досить немає державної програми щодо ефективного використання історичного й культурного потенціалу країни для поліпшення якості національного туристичного продукту.

На жаль, у різних нормативах, не згадується й питання про зменшення ставки ПДВ на готельні послуги як шлях до підвищення конкурентоспроможності української туристичної індустрії [4,7–8].

Наступним й найбільш важливим питанням є проведення ЄВРО-2012 в Україні. Ця реальність дозволяє зовсім по-новому подивитися на перспективи розвитку туризму в країні, оскільки якісні зміни в цій галузі входять у список обов'язкових питань того іспиту, що в 2012 році повинна здати Україна.

ЄВРО-2012 стала національною ідеєю, що беруться втілювати в життя перші особи держави й задіяних регіонів. Президент країни очолює організаційний комітет із проведення чемпіонату, видана відповідна Постанова Уряду, робочі органи створені у всіх регіонах, де будуть відбуватися футбольні матчі. З цього приводу найближчим часом з боку

держави варто очікувати серйозні законодавчі документи щодо відношення до туризму. Футбольний чемпіонат дає відмінну можливість для рекламування країни — її потрібно використовувати з максимальною ефективністю.

Однією з головних операційних функцій центрально-го органа влади є інформаційно-рекламна підтримка туристичного продукту [6]. Необхідно створити абсолютно нову якість для рекламної діяльності країни — розробити комплексні маркетингові програми для окремих регіонів і сегментів ринку, поєднувати тут гроші бізнесу, центральної й місцевої влади — під контролем, насамперед, місцевих асоціацій соціального страхування. Це дозволить використовувати гроші з максимальною ефективністю.

Великою популярністю серед туристів у віці від 20 до 40 років користуються різні види морських видів спорту: підводне плавання, катання на водних лижах, серфінг, морські прогулянки. І в цієї групи відпочиваючих, і в людей старше 40 років інтерес викликають прогулянки на яхті, подорожі уздовж узбережжя, риболовля у відкритому морі. Багате історичне минуле нашої держави, унікальна природа й клімат визначають попит на екскурсії, особливо по унікальних туристичних маршрутах [10].

Таким чином, можна дістати слідуючих висновків.

Міжнародна підприємницька діяльність в сфері туризму вказує, що туризм стає насущною потребою людини тільки при певному рівні багатства суспільства. На сучасному етапі розвитку економіки, коли потреба в подорожах різко зросла, з'явилися й в Україні різні виробники цих послуг.

Але, практика діяльності закордонних туристичних сегментів показує, що визначальне значення в діяльності фірм мають додаткові сервісні послуги. Вони різноманітять відпочинок і дозволяють туристам з максимальним комфортом проводити час на курорті. Широкий та набір набір додаткових сервісних послуг, пропонує туристичною фірмою, — один з вирішальних факторів при виборі передбачуваного місця відпочинку. Необхідно відзначити, що в цьому наборі особливе місце займають лікувально-оздоровчі послуги. Це пов'язане з тим, що значна частина туристів приїжджає з місць із суворим кліматом і несприятливою екологічною обстановкою, а природно-кліматичні умови курортів традиційно надають прекрасну можливість поправити здоров'я. Тому, як показує практика, заповнюваність і термін перебування відпочиваючих у санаторіях і пансіонатах, що пропонують такі послуги, достатньо висока.

Аналіз розвитку туризму в Україні в 2005–2009 р. р. показав, що знизився потік в'їзного туризму, що пов'язане з низькою зацікавленістю іноземного туриста рівнем сервісу та послуг, що надаються підприємствами відпочинку в Україні.

Властивості ж світового туризму вказують на те, що він є не тільки частиною економічного комплексу будь-якої країни, а й виступає в умовах глобалізації каталізатором економічного зростання.

Основними головними напрямками підвищення ефективності діяльності туристичної галузі можуть бути наступні:

— проведення гнучкої цінової політики й надання знижок;

— підвищення якості сервісу підприємств відпочинку, послуг і розширення асортиментів, що дозволить залучити додаткову клієнтуру.

---

Розвиток національного туризму неможливий на основі тільки ринкових механізмів, оскільки туризм не тільки економічне явище, але й глибоко соціальне, духовне й культурологічне. Тому потрібна державна підтримка розвитку туризму в Україні.

Перелічені заходи можуть скласти основу формування національної професійної програми якості в туризмі.

#### Література

1. Абрамова І. Г. Планування діяльності підприємства / І. Г. Абрамова. — Ж : Знання, 2005. — 453 с.
2. Бабенко Г. О. Промисловість Криму: проблеми й шляхи рішення / Г. О. Бабенко. — Сімферополь : Таврія, 2008. — 401 с.
3. Бондаренко Г. А. Економіка туризму / Г. А. Бондаренко. — К. : Дніпро, 2007. — 399 с.
4. Браймер Р. А. Основи керування в індустрії гостинності / Р. А. Браймер. — К : Аспект Пресс, 2003. — 577 с.
5. Бупоря Н. І. Економіка туризму / Н. І. Бупоря. — К : Знання, 2005. — 503 с.
6. Вейл П. Мистецтво менеджменту / П. Вейл. — К : Книга, 2004. — 576 с.
7. Вовків Ю. Ф. Економіка готельного бізнесу / Ю. Ф. Вовків. — К : Фенікс, 2005. — 377 с.
8. Ісмаєв Д. К. Маркетинг і керування якістю готельних послуг / Д. К. Ісмаєв. — К : Аспект Пресс, 2006. — 631 с.
9. Кабушкін Н. І. Менеджмент готелів і ресторанів / Н. І. Кабушкін. — Х : Нове знання, 2004. — 388 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг, гостинність, туризм / Ф. Котлер. — Х : ІНФРА, 2005. — 712 с.
11. Маркова В. Д. Маркетинг послуг / В. Д. Маркова. — Х : Фінанси, 2004. — 710 с.
12. Основные итоги социально-экономического и культурного развития города Симферополя за 2008 год / [упоряд.: Г. А. Бабенко]. — Симферополь : ООО «Фирма «Салта» ЛТД», 2009. — 267 с.