

СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНОСТІ УКРАЇНИ

Микола Бутко

●

ТУРИЗМ—ВАЖЛИВА ГАЛУЗЬ ЕКОНОМІКИ

Одним із вагомих резервів економічного розвитку України в умовах глибокої кризи є така специфічна галузь, як туризм.

Як і вся економіка, туристична галузь — надто рухома система і навіть більше, ніж інші галузі, оскільки послуги туризму неможливо виготовити заздалегідь чи зберігати на складі, а рішення споживача відмовитись від придбання цього блага може прийти раптово під впливом якихось непередбачених обставин.

Водночас туризм досить швидко компенсує вкладені кошти, сприяє задоволенню всебічних потреб людей, значним чином може позитивно впливати на діяльність всього народногосподарського комплексу

Сучасна індустрія туризму європейських країн, яка є найбільш потужною у світі, почала формуватись у післявоєнні роки.

Безумовно, зовнішньоекономічні умови і внутрішня структура народного господарства країн Західної Європи того часу не адекватна нашим сучасним умовам.

Однак те, що туризм у західних країнах почав у 50—60 роки набувати статусу найбільш динамічного сектора економіки, свідчить про високу ефективність туристичної галузі.

Саме завдяки йому багато країн зробили потужний ривок в економічному розвитку. Нагадаємо також, що помітних успіхів у становленні цієї галузі в останні роки досягли Китай, Таїланд, Індонезія, Південна Корея та інші країни.

Статистика свідчить, що в зарубіжній практиці витрати під час туристичних поїздок становлять від 4 до 10 відсотків загальних послуг населення.

За даними Всесвітньої туристичної організації, доходи від туристичної діяльності в світі щорічно зростають в середньому на 4 відсотки і перевищують 6 відс. валового національного продукту. В 1995 році прибуток становив 372 млрд. дол. США.

Туристична галузь, як очікується, буде посідати перше місце серед експортних галузей світового господарства. Вже зараз за рівнем доходів вона випереджає надходження від продажу нафти та нафтопродуктів, експорту автомобілів, електронного обладнання, теле- і радіоапаратури.

Ось тому галузі туризму так потрібні рішучі і результативні дії як на державному рівні, так і на місцевому.

На жаль, туризм в Україні збитковий. За даними Міністерства статистики, імпорт туристичних послуг в 1995 році в країні перевищив експорт на 39 млрд. дол. США. Виїждить наших туристів в 13 разів більше, ніж приїждить до нас іноземців, хоча добре відомо, що левова частка наших «туристів» прямує за кордон не за духовними, а матеріальними цінностями.

Тільки в минулому році близько 6 тис. жителів області виїжджали до Польщі (1,7 тис.), Росії (2,0 тис.), Туреччини (1,4 тис.), Болгарії (1,3 тис.), Голландії (0,2 тис.), Угорщини (0,2 тис.), постачаючи на внутрішньообласний ринок різноманітний асортимент товарів легкої та харчової промисловості, потримані легкові автомобілі тощо і тим самим створюючи серйозну конкуренцію товарам власного виробництва.

Немає сумніву, що через десятки років закритості Україна для іноземних туристів сьогодні є особливо привабливою як держава в історичному плані, з її багатими культурно-архітектурними пам'ятками, чудовим ландшафтом.

Незважаючи на наявність такого туристичного потенціалу, Україна не має ґрунтовних позицій на міжнародному туристичному ринку. Проблема побудови сучасної індустрії туризму вимагає з боку держави програмного, підходу та проведення узгодженої міжвідомчої державної політики щодо цієї галузі, а також розробки відповідних механізмів координації дій податкової, митної служб, міністерств охорони здоров'я, безпеки, екології. Тільки за рахунок постійної уваги до поліпшення соціальних і економічних факторів розвитку галузі приріст туристів може зростати щорічно на 8 відс.

Важливою державною функцією в зростанні туристичних потоків є реклама.

Для того, щоб рекламувати туристичні послуги, які може надати та чи інша країна, необхідні не тільки кошти, але й певні організаційні структури за рубежем. Навіть традиційно туристичні країни виділяють на ці цілі чималі кошти з державного бюджету. Австрія, наприклад, утримує за кордоном широку мережу некомерційних офісів, які підтримують і так високий туристичний імідж країни.

Зрозуміло, що у нас таких можливостей сьогодні немає. Але для формування мережі закордонних представництв можна було б використати структурні органи Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі, що перебувають у зарубіжних країнах, надавши їм додаткові функції національних рекламно-інформаційних туристичних агентств.

Оскільки економічні негаразди в країні є значною перешкодою на шляху розвитку туризму в цілому, то більш ймовірно, що туризм у нас нині може розвиватися не масштабно, а локально, з врахуванням особливостей регіонів.

Аналіз свідчить, що наша область має всі необхідні передумови для розвитку внутрішнього та іноземного туризму.

Чернігівщина — одна з небагатьох областей України, де розташовано більше 200 визначних пам'яток історії та архітектури XI—XII і XVII—XIX ст., які мають світове значення й свідчать про видатну роль її місця Чернігівського князівства у формуванні Київської Русі як першої слов'янської держави.

Регіон має також значний рекреаційний потенціал. Сприятливі кліматичні умови, різноманітний світ флори та фауни, наявність 520 природних заповідних об'єктів, серед яких 126 — пам'ятники природи. Загальна площа ландшафтів, придатних для рекреації, становить близько 700 тис. га, або більше 20 відс. всієї території області.

Разом з тим в останні роки «географія» туризму значно звужилась. Якщо до 1991 року область приймала до 6 тисяч туристів з 40 країн світу та 120 міст колишнього Союзу, то й минулому році її відвідало лише 55 іноземних туристів (37 чол. — з Німеччини, 3 — з Італії, по 1 — із Великобританії, США і Японії).

Головною причиною такого становища в сфері туризму, на мій погляд, є:

відсутність обґрунтованої концепції і напрямів розвитку туризму на державному рівні;

втрата стабільних туристичних маршрутів після розпаду колишнього Союзу;

побоювання з боку іноземних туристичних фірм відродити втрачені зв'язки в туристичній галузі через нестабільне політичне і економічне становище в країнах СНД;

наслідки аварії на Чорнобильській АЕС.

На функціонування туристичного господарства негативно впливають валютні коливання, загострення кримінальної, санітарно-епідеміологічної обстановки.

Проведений аналіз діяльності туристичних підприємств і організацій області свідчить про деякі позитивні зміни, що відбулися у цій сфері в минулому році.

У порівнянні з 1995 роком на третину зросла кількість зареєстрованих організацій, які отримали ліцензії Держкомтуризму України на заняття міжнародним і внутрішнім туризмом, а також екскурсійною діяльністю. Відбулися зміни в структурі туристичних послуг. Доля послуг, пов'язаних з відпочинком, зросла з 2 відс. в 1995 році до 10 відс. в 1996 році в загальному обсязі туристичних послуг. Більше ніж в 10 разів зросли обсяги надання послуг по екскурсійному обслуговуванню, а кількість екскурсантів — в 3 рази.

Підвищилася питома вага обслуговування туристів на транспортних маршрутах (з 24 відс. у 1995 р. до 28 у 1996-му). Значно зросла кількість туристів з розвинутих країн, що відвідали нашу область.

Вчорашнє профспілкове формування, а нині акціонерне товариство «Чернігівтурист», продовжує нарощувати обсяги туристичних послуг і на сьогодні надає більш 60 відс. їх загального обсягу. Відбулось певне пожвавлення в роботі новостворених туристичних фірм «Інтертрейвел», «Супутник», «Комфорт», «Альта».

Разом з тим не витримали жорсткої конкурентної боротьби на туристичному ринку деякі приватні фірми та ті, що мають слабку матеріально-технічну базу. Вдвічі скоротили обсяги надання туристичних послуг підприємства «Екстур», «Турист», «Сонч», взагалі припинили свою роботу підприємства «Взаємодія ЛТД», «Алегро», «Круїз», «Інсіма-ЛТД».

Майже в 4 рази зменшило обсяги реалізації послуг Генеральне агентство по туризму на Чернігівщині, яке офіційно значиться головним по області.

Основною причиною, що стримує подальший розвиток сфери туризму, залишається відсутність в області єдиного координаційного центру по розробці і реалізації провідних її напрямків.

Якраз це агентство, будучи організацією госпрозрахунковою і не зацікавленою виконувати функції головної, самовільно склало повноваження, покладені на неї Держкомтуризмом України. В результаті кожне підприємство працювало, виходячи з власного бачення свого місця і напрямів роботи на туристичному ринку. Більш того, опинилися поза увагою проблеми розширення ринку туристичних послуг до райо-

нів і міст, де розташована значна кількість пам'яток природи, історії і архітектури, які відносяться не тільки до національної скарбниці, а мають всесвітнє значення.

Закон України «Про туризм» відкриває реальний план для утворення недержавних структур у сфері туризму. Серйозним фактором, який прискорив би реформування туристичної галузі і систему її управління, могло б стати утворення на національному рівні туристичної корпорації як господарчого органу, що має консолідувати розпорошену діяльність туристичних організацій, захистити їх інтереси.

На рівні області доцільно створити акціонерні товариства за участю облдержадміністрацій, причому останнім повинен належати контрольний пакет акцій.

Основними функціями цього формування мають бути:
реалізація державної політики в сфері туризму;

організація і координація роботи туристичних підприємств і організацій в напрямі створення ринку туристичних послуг в області;

визначення і розробка перспективної схеми розвитку іноземного та внутрішнього туризму, створення нових об'єктів туристичного сервісу і реконструкції діючих;

забезпечення інформаційної, рекламної та видавничої діяльності з питань розвитку туризму.

Відсутність цілісної структури управління та державної політики у сфері туризму дається взнаки. 21 організація області, яка отримала ліцензію Держкомтуризму України на заняття іноземним і внутрішнім туризмом в області, є підприємствами недержавної форми власності і, не маючи власної матеріально-технічної бази, працюють, в основному, на відправку туристичних груп з області, орендуючи транспортні засоби у автопідприємств. Тобто в структурі туризму переважає виїзний туризм, головним змістом якого є комерційна діяльність.

Єдиним підприємством серед туристичних, яке має матеріально-технічну базу, а також відповідну інфраструктуру, є Чернігівське обласне дочірнє підприємство Українського АТ «Чернігівтурист». На сьогодні воно реалізує основний обсяг туристичних послуг в області, а його доля в платежах до місцевого бюджету перевищує 80 відсотків.

На балансі підприємства — автобаза «Турист», автостоянка, готель та ресторан. Все це створює необхідні умови і базу для розвитку внутрішнього туризму.

Однак не завжди ці об'єкти використовуються за призначенням. Зокрема, готель переданий в оренду установам банку та митниці, закрито туристичний клуб «Полісся», який відігравав не останню роль в організації туристичної та екскурсійної роботи серед дітей, підлітків і молоді.

З іншого боку, прийом іноземних туристів передбачає створення умов, які б відповідали Світовому рівню. Однак найкращий готель обласного центру «Придеснянський» може претендувати лише на 3-зірковий, всі інші в значно гіршому стані. Практично відсутні сучасні ресторани та кафе, потребують уваги транспорт, зв'язок, шляхове господарство.

Зрозуміло, що наявній матеріальній базі туризму конче необхідна реконструкція, але здійснити її в короткий термін неможливо, тому ці заходи слід виконати у два етапи. На першому етапі, віддаючи перевагу короткотерміновому подорожуванню, необхідно провести паспортизацію об'єктів туризму, відпочинку і санаторно-курортного лікування та визначити обсяги їх реконструкції. На другому етапі повинна відбу-

ватися модернізація існуючої бази, стимулювання розвитку нового будівництва з метою активної інтеграції в систему світового туристичного бізнесу.

При цьому слід усвідомити, що з точки зору окупності капіталовкладень туристична індустрія входить в число безперечних економічних форвардів, що дають надто вагому величину доданої вартості.

Наприклад, Канада — класичний приклад країни, чиє благополуччя в значній мірі залежить від тих, хто любить мандрувати.

Наші ж результати значно скромніші. В минулому році обсяг реалізації туристичних послуг в області становив 830 тис. грн., платежі до бюджету — 33 тис., це сота частка загальної суми надходжень до бюджету, що ще раз підкреслює недорозвиненість галузі.

Разом з тим, враховуючи значний рекреаційний потенціал області, її причетність до реалізації національного туристичного маршруту «Намісто Славутича», а також досвід в організації сфери туризму в країнах, що мають аналогічні рекреаційні ресурси, туризм повинен стати потужною галуззю економіки і значним джерелом поповнення місцевих бюджетів.

Для цього слід зрозуміти свої конкурентні переваги, правильно вибудувати стратегічну лінію поведінки з тим, щоб зміцнити своє місце на ринку туристичних послуг як в країні, так і за її межами.

Для України ж, як для держави, що має розвинуту туристичну інфраструктуру і ставить розвиток туризму як національний пріоритет, необхідно вибудувати і послідовно проводити цілісну політику в цій сфері, створюючи достатній запас міцності, щоб подолати внутрішні негативні тенденції та вдало вписатися в повороти, світової кон'юнктури.

