

ІНВЕСТИЦІЇ В ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ

Невід’ємною складовою світового туристичного процесу є вітчизняна туристична галузь. Не дивлячись на всі політичні і соціально-економічні проблеми останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Туризм є сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного і місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного та повноцінного відпочинку і оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурним спадком і сучасністю нашого народу та держави.

Метою розвитку туризму в Україні є створення сприятливого організаційно-правового і економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоздатного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту на підставі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки.

Пріоритети і перспективи розвитку туризму визначають внутрішні і зовнішні чинники.

Внутрішні чинники безпосередньо визначають ефективність туризму і включають:

- рівень розвитку інфраструктури туризму;
- ступінь готовності населення подорожувати у будь-який час;
- номенклатуру пропонованих населенню видів туризму і роботу з різними ринковими сегментами попиту;
- кадрове забезпечення туристичного бізнесу;
- наявність структур, що оптимізують діяльність туристичних фірм і що забезпечують захист прав мандрівників.

До групи зовнішніх чинників входять:

- чинники, що визначають туристичний потенціал (природно-географічні і кліматичні умови, історико-культурний потенціал);
- чинники, що побічно впливають на туризм (соціально-демографічні, соціально-економічні, політичні, науково-технічні, соціально-культурні).

Перераховані чинники як позитивно, так і негативно впливають на розвиток туризму.

Розвиток туризму стримують такі чинники, як економічні кризи, мілітаризація економіки, зростання зовнішньої заборгованості, політична нестабільність, зростання цін на предмети споживання, безробіття, страйки, криміногенна ситуація, фінансова нестабільність (інфляція, стагнація валют), скорочення обсягів особистого споживання, складна екологічна ситуація, посилення візових формальностей і митних правил, зниження квот обміну валют і так далі.

У свою чергу, розвиток туризму може позитивно позначатися на загальній економічній ситуації – за рахунок створення нових робочих місць, залучення до господарського обороту додаткових матеріальних ресурсів, будівництва нових об’єктів туризму, збільшення товарообігу, залучення інвесторів.

Основними джерелами фінансування туризму є:

- засоби туристичних підприємств і організацій, у тому числі і на умовах пайової участі;
- кредитні ресурси;
- інвестиції у тому числі іноземні;
- державні асигнування на розвиток рекреаційних зон загальнодержавного значення і відновлення історико-культурних пам’яток;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

Актуальними питаннями розвитку туристичного і рекреаційного потенціалу України є – проблеми інвестування в туристичну галузь, стан використання туристичних ресурсів України, нормативні шляхи удосконалення регулювання розвитку туризму і курортів.

Обсяг інвестицій в туризм недостатній. Приватні інвестиції в рекреаційну сферу часто носять «дикий» характер і частіше шкодять загальному розвитку туристичного потенціалу (наприклад, захоплення і забудова прибережних зон, заповідних земель і так далі). Необхідна чітка реалізація на практиці ідеї розвитку українського туризму в цілому, а не одній компанії окремо. Інвестування в окрему організацію не матиме такого ефекту при загальному негативному стані галузі.

Так само проблемою є те, що більшість компаній орієнтовані перш за все на виїзний туризм, а не на розвиток внутрішнього туризму безпосередньо в Україні.

Гальмує розвиток галузі і відстала індустрія внутрішнього туризму – готелі, ресторани, кафе, транспорт, курортно-рекреаційні установи. Культурна інфраструктура – музеї, заповідники, театри, галереї – фактично не є частиною туристичної інфраструктури. Розвиток туристичної індустрії не скоординований із збереженням і актуалізацією культурно-історичної спадщини країни.

В українській туристичній індустрії практично не працюють європейські стандарти якості і асортименту надання послуг, функціонування інституцій, підготовки туристичних кадрів, законодавства щодо туризму. Саме через це якість послуг часто досить невисока, хоч ціни і перевищують середньоєвропейські.

Для вирішення проблем як законодавчого, так і загальнонаціонального характеру необхідно:

- упровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку галузі туризму;
- визначити шляхи, форми і методи стимулювання розвитку підприємництва в цій сфері;
- створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики у галузі туризму;
- удосконалити організаційні структури управління галуззю туризму;
- забезпечити раціональне використання і відновлення природного й історико-культурного середовища;
- прийняти екологічні регламенти і утвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дії і упровадити в практику управління.

При чітко побудованій системі удосконалення загального туризму України вдасться уникнути багатьох вищеперелічених проблем і вивести вітчизняну туристичну галузь на рівень світових стандартів.

ХАРИЧЕВ В.В., к.э.н.,
Крымский экономический институт
Киевского национального экономического
университета им. В. Гетьмана

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ

На современном этапе развития экономики существует необходимость обеспечения стратегического подхода в управлении с учетом его рыночной ориентации. Названные аспекты управления предприятием реализуются с помощью маркетингового менеджмента. Вопросам эффективности маркетингового менеджмента уделяется недостаточное внимание. Так, в трудах Л.В. Балабановой, А.В. Войчака, П. Дойля, Ф. Котлера, В.П. Полищенко [1–5], посвященных маркетинговому менеджменту, только у Питера Дойля дано определение его эффективности: “Понятие эффективности связано с удовлетворением нужд потребителей и является внешним показателем, который с трудом поддается измерению, и для его повышения требуется время” [2, с. 42].

Кроме того, в работах названных и других авторов почти не рассматриваются факторы, способствующие повышению этой эффективности. В связи с этим существует настоятельная необходимость анализировать эффективность маркетингового менеджмента и выявлять факторы, влияющие на неё.

В настоящее время оценку факторов можно осуществлять различными системными подходами. Таких подходов существует несколько: метод многомерного сравнительного анализа (таксономия), метод нечетких функций, метод анализа иерархий [6, с. 47]. При сравнении этих методов учтем, что конечной целью каждого из них является получение приоритетов определенной совокупности показателей-факторов. В контексте нашего исследования – факторов, способствующих повышению эффективности маркетингового менеджмента туристско-оздоровительных комплексов (ТОК). Сущность метода многомерного сравнительного анализа состоит в обработке многомерной матрицы. После математической обработки матричной таблицы (нормирование элементов, выбор оптимальной точки, исчисление расстояний до этой точки и т.д.) получают приоритетный ряд совокупности отдельных показателей по всем метрическим характеристикам. Применение этого метода для исследования сложных экономических систем ограничено.

Во-первых, данная матричная таблица исключает возможность учитывать взаимосвязи между показателями, а именно влияние их один на другой. Исключается также возможность учитывать сложные взаимосвязи элементов в системах путем превращения матричной таблицы в иерархическую структуру с жесткими связями. Во-вторых, метрические характеристики показателей позволяют обрабатывать только количественные значения.

Качественные (экспертные) значения необходимо сводить к количественным, применяя определенные правила (шкалы), существование которых для таксономических методов математически не обосновано. Поэтому возможны сомнения в полученных конечных результатах. Вышеуказанное делает невозможным применение метода многомерного сравнительного анализа для обнаружения приоритетов совокупности показателей в сложных экономических системах. При использовании метода нечеткой функции применяется база данных, которая включает нечеткие оценочные значения. Дальнейшая обработка нечетких оценочных значений приводит к получению приоритетного ряда отдельных показателей сложной экономической системы.

Главным недостатком метода парных сравнений на основе многомерного шкалирования является неструктурированность и неупорядоченность базы данных. В экономических системах, которые содержат сложные связи, применение этого метода может привести к недопустимым неточностям при определении приоритетных значений отдельных показателей.

Метод анализа иерархий объединяет в себе положения теории матриц и методов как экспертной (качественной), так и метрической (количественной) оценки (парные сравнения, шкаловая оценка и др.). Главным элементом метода является иерархия. Применение иерархического построения позволяет