

УДК 338.48:338.1

Бошота Н.В.*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів та кредиту
Мукачівського державного університету***ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ**

У статті представлена індустрія туризму як система взаємопов'язаних елементів, для якої виділені індикатори проблем, що виникають для об'єктів сфери туризму – туристів, туристичного підприємства, індустрії туризму загалом, регіону та країни. Запропонована концептуальна основа ефективної діяльності підприємств туризму та схема функціонування туристичного ринку, суттю якого є повне усунення неефективних фінансових гарантій та створення нової структури – туристичного фонду.

Ключові слова: туризм, туроператор, турагент, турист, інфраструктура.

Bohota N.V. ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В УКРАИНЕ

В статье представлена индустрия туризма как система взаимосвязанных элементов, для которой выделены индикаторы проблем, возникающих для объектов сферы туризма – туристов, туристического предприятия, индустрии туризма в целом, региона и страны. Предложена концептуальная основа эффективной деятельности предприятий туризма и схема функционирования туристического рынка, сутью которого является полное устранение неэффективных финансовых гарантий и создание новой структуры – туристического фонда.

Ключевые слова: туризм, туроператор, турагент, турист, инфраструктура.

Boshota N.V. PROBLEMS OF BUSINESS ACTIVITIES OF ENTERPRISES OF THE TOURISM SPHERE IN UKRAINE

The article presents the tourism industry as a system of interconnected elements, for which indicator indicators of the problems that arise for objects of tourism sphere – tourists, tourism enterprises, tourism industry in general, region and country are presented. The conceptual basis of effective activity of tourism enterprises and the scheme of functioning of the tourism market, the essence of which is the complete elimination of ineffective financial guarantees, is proposed. and the creation of a new structure – a tourist fund.

Keywords: tourism, tour operator, tour agent, tourist, infrastructure.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших тенденцій розвитку сучасної економіки є підвищення ролі індустрії туризму як однієї з найбільш високоприбуткових і найбільш динамічних галузей. В останні роки спостерігається стабільне зростання світового туристичного ринку, і навіть проблеми на інших ринках не привели до зниження темпів зростання галузі.

Розвиток сфери туризму визнано урядом України одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки країни. При цьому недостатні темпи розвитку туризму пов'язані більшою мірою з неефективністю управління туристичним бізнесом, з низькою якістю туристичних послуг, невідповідністю їх міжнародним стандартам, відсутністю комплексного підходу до управління туристичною індустрією.

Посилення конкуренції на ринку туристичних послуг супроводжується виникненням нових проблем у діяльності підприємств індустрії туризму, пов'язаних із необхідністю підвищення ефективності управління туристичним бізнесом. Зазначені вище проблемні аспекти, пов'язані з необхідністю вдосконалення діяльності підприємств індустрії туризму, і зумовлюють актуальність обраної теми статті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання економіки туризму, розвитку ринку туристичних послуг і управління організаціями індустрії туризму розглядаються в роботах вітчизняних і зарубіжних учених, у тому числі в працях С.С. Галасюк, В.Г. Герасименко [5], С.Г. Нездоймінова [6], Г.А. Синициної, І.Ю. Тарасова [7] і багатьох інших. Суттєвий внесок у дослідження туристичної сфери зробила Т.І. Ткаченко [8], яка наголошує на розробленні і впровадженні законодавчих та нормативних актів, програм розвитку туризму, створенні органів регулювання на різних рівнях управління, активізації маркетингової комунікаційної політики на туристичному ринку.

Водночас слід зазначити, що низку специфічних проблем діяльності підприємств індустрії туризму досліджено недостатньо.

Постановка завдання. Мета статті полягає у виявленні проблемних аспектів діяльності для визначення шляхів удосконалення діяльності підприємств індустрії туризму. Досягнення поставленої мети вимагало вирішення таких завдань, як аналіз ролі і значення туризму в сучасній економіці; вивчення особливостей розвитку та виявлення проблем діяльності підприємств індустрії туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. Туризм став одним із найприбутковіших видів бізнесу в світі. Для багатьох країн туризм є одним із найважливіших джерел формування бюджету, забезпечуючи зайнятість населення і приріст валового внутрішнього продукту. Недостатня підтримка туристичної галузі приводить до того, що Україна втрачає мільйони гривень, які могли б надійти до бюджету держави в разі збільшення туристичного потоку, також втрачаються десятки тисяч потенційних робочих місць – для обслуговування туристів потрібні не тільки послуги турфірм, але і транспорт, підприємства громадського харчування, підприємства торгівлі тощо.

В індустрії туризму, яка має систему взаємопов'язаних елементів, можна виділити об'єкти, для яких можливе виникнення проблемних ситуацій (табл. 1):

Отже, на українському ринку діють туроператори, які формують туристичний продукт – бронюють і оплачують готель, замовляють авіарейси, забезпечують послуги з надання транспорту, екскурсійні та перекладацькі послуги тощо. Крім того, туроператор визначає ціни на сформовану їм комплексну туристичну послугу, в тому числі і політику лояльності. Туроператором може бути тільки юридична особа, і її діяльність допускається тільки за наявності ліцензії та фінансового забезпечення, а також страхування за невиконання або неналежне виконання зобов'язань за договором про реалізацію турпродукту. Вся повнота відповідальності за якість і безпеку послуг, що надаються, лежить саме на туроператорі. Відмінність турагента від туроператора в тому, що перший

не бере участі в формуванні турпродукту, а купує його у другого вже готовим до реалізації або реалізує за його дорученням, тобто турагент діє як роздрібний продавець, а прибуток формується з комісійних за продаж турпродукту або за рахунок різниці між ціною купівлі та ціною продажу.

Питання про межі відповідальності туроператора і турагента перед туристом складне. Найчастіше відповідальність турагента обмежена його обов'язком представити повну інформацію про умови подорожі, права та обов'язки туриста, вчасно здійснити оплату туроператору. Але турист, незадоволений якістю обслуговування, зовсім не зобов'язаний розбиратися в питаннях розмежування відповідальності між туроператором і турагентом. Тому претензії по всьому переліку послуг, зазначених у туристичній путівці, можна пред'явити до них обох. Практично це означає, що турист-споживач має повне право пред'явити претензії турагенту і туроператору, якщо він незадоволений хоча б однією послугою з усього комплексу.

Туроператор і турагент повинен гарантувати захист життєвих інтересів туриста, держава – забезпечувати соціально-економічний захист, страхування і т.д. Турист – це насамперед споживач туристич-

них послуг (в т.ч. міжнародних). Інститут захисту прав туристів регулюється Конституцією України [1], Цивільним кодексом України [2], Законом України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР «Про туризм» [3], Законом України від 12.05.1991 №1023-ХІІ «Про захист прав споживачів» [4] та низкою інших нормативно-правових актів. До відносин, пов'язаних із перевезенням пасажирів, застосовуються насамперед норми законодавства про всі види транспорту в тій мірі, в якій турпродукт пов'язаний із транспортними послугами (як складовою частиною турпродукту або окремою супутньою послугою).

При цьому туристичне підприємство повинно працювати з прибутком, ефективно використовуючи всі свої ресурси – фінансові, матеріальні, кадрові тощо. Концептуальна основа ефективної діяльності підприємств туризму наведена на рис. 1.

У межах цього дослідження хотілося б запропонувати альтернативний погляд на ведення туристського бізнесу, в якому отримують захищеність усі учасники ринку. Оскільки сьогодні правила фактично визначають держава і туроператори, спроби збільшення розміру фінансових гарантій не привели до вирішення проблеми. Їх механізм явно недосконалий. Щоб стати туроператором, досить своєчасно



Рис. 1. Концептуальна основа ефективної діяльності підприємств туризму

Таблиця 1

Об'єкти та індикатори можливих проблемних ситуацій у сфері туризму

Об'єкт	Індикатори
Турист	Захист життєвих інтересів туриста, соціально-економічний захист, страхування
Туристичне підприємство	Ефективність у використанні ресурсів – фінансових, матеріальних, кадрових; прибутковість підприємств, економічна безпека туристичних компаній
Індустрія туризму	Поточний стан сфери гостинності, підприємств транспорту і громадського харчування, розважальної, пізнавальної і лікувально-оздоровчої сфер та інших організацій, які забезпечують діяльність підприємств туристичної індустрії.
Регіон	Стан соціальних, економічних, інформаційних, екологічних, технологічних чинників, які впливають на надання туристичних послуг
Держава	Економічні показники, зокрема зростання ВВП, рівень і якість життя населення, темпи інфляції і безробіття, конкурентоспроможність, співвідношення імпорт/експорт (в'їзд/виїзд туристів) тощо.

підтверджувати фінансові гарантії й отримувати відповідні записи в Ліцензійному Реєстрі суб'єктів туруператорської діяльності. Однак у разі банкрутства туруператора турист не компенсує свої витрати. Окрім того, турист не знайде відомостей про реальний фінансовий стан туруператора. У своєму виборі і безпеці він орієнтується безпосередньо на реєстр. Останнім часом у погоні за надприбутками туруператори недобросовісно виконують свою роботу.

Але і туруператор не завжди знаходиться в захищених умовах, адже, наприклад, під час банкрутства банку він автоматично позбавляється фінансових гарантій. Крім того, багато що залежить від турагентів, права яких не відповідають їхнім обов'язкам.

Пропонуємо схему функціонування туристичного ринку, суттю якого є повне усунення неефективних фінансових гарантій та створення туристичного фонду.

1. Турист для придбання туру класично звертається до турагента, який, вибираючи продукт певного туруператора, перераховує повну вартість турпродукту не туруператору, а в єдиний Фонд (умовна назва), який, ймовірно, належить державі. Фонд – структура, що тимчасово акумулює грошові кошти за туристичний продукт.

2. Туруператор, отримуючи заявку та підтвердження від Фонду про повну оплату від туриста або турагента, починає надавати послугу, використовуючи власний оборотний капітал.

3. Турист отримує комплекс послуг або фактичне споживання турпродукту. Якщо протягом, наприклад, двох тижнів після закінчення туру клієнтом не пред'явлено претензії, то Фонд погашає заборгованість перед туруператором. Якщо ж надання туристичного продукту здійснювалося з порушеннями, туруператор отримує скоригований обсяг грошових коштів на суму ненаданих або неякісно виконаних послуг. Коригування можливе і на підставі класичної франкфуртської таблиці щодо зниження цін за туристські поїздки, рекомендованої Європейським туристичним правом норми виплати компенсацій туристам, якщо фірма не надала будь-які замовлені послуги. У разі банкрутства туруператора або виникнення екстреної допомоги туристам Фонд може, володіючи фактично «невитраченими» грошовими коштами туриста, або погасити заборгованість перед клієнтом в повному обсязі, або надати виконання вимог замовника іншому туруператору.

У будь-якій схемі виникають складнощі і нюанси. Основним питанням, звичайно, стане порядок тимчасового користування грошовими коштами Фондом, джерелами якого можуть бути не тільки передані на тимчасове зберігання кошти, а й, можливо, базові відрахування професійних учасників ринку.

Оскільки терміновість капіталу буде різна, то неминуча диверсифікація вкладень, що логічно з метою захисту грошей туристів/туруператорів. Розглядатися можуть всі класичні схеми фінансового ринку, включаючи високоліквідні активи, резерви в страхових і перестраховальних компаніях.

Явним мінусом буде зникнення низки компаній, які традиційно працюють «у борг», що є характерним для галузі. Реально професійними учасниками ринку залишаться тільки володарі досить оборотного капіталу.

Водночас є й позитивні сторони.

1. Туруператору неминуче доведеться надавати високоякісні послуги й здійснювати контроль партнерів, інакше надані кошти можуть бути витрачені даремно і не відшкодовані Фондом.

2. Турист захищений від факторів, на які він не може безпосередньо впливати.

3. Новостворений фонд володіє постійними «дешевими» фінансовими ресурсами.

4. Абсолютна прозорість туристичного ринку, чистота оподаткування і всіх фінансових операцій.

В будь-якому разі можливі інші переваги і недоліки дії схеми, які можуть проявлятися тільки під час її впровадження.

Однією з яскраво виражених тенденцій розвитку світового туризму є процес об'єднання (злиття) підприємств індустрії туризму. Відбувається об'єднання туристичних фірм із фінансово-кредитними організаціями, що дає можливість посилити фінансовий потенціал компанії, розширити клієнтську базу, збудувати мережу. Розвивається процес укрупнення туристичних фірм за рахунок збільшення штатної чисельності, розширення офісних приміщень, відкриття філій і розвитку нових напрямів сфери послуг.

Розвиток туристичної інфраструктури та створення нових робочих місць у сфері обслуговування туристів утруднено через реальний дефіцит працівників відповідної кваліфікації. Для вирішення цієї проблеми необхідно реалізовувати програми додаткового навчання і стимулювання зміни професій.

Важливою проблемою розвитку індустрії туризму в віддалених, але туристично привабливих регіонах є брак коштів розміщення туристів. Застаріла або дорога готельна мережа не дає змоги прийняти більшу кількість туристів, особливо з середнім і низьким рівнем доходу.

Як показує досвід, проведення великих спортивних і культурних заходів стає стимулом для вирішення цієї проблеми. Нерозвинена транспортна інфраструктура всередині країни є причиною малих обсягів внутрішнього туризму і знижує привабливість інших міст для іноземних туристів.

Спрощення системи прокату автомобілів, впровадження системи страхування для орендарів, а також формування транспортної інфраструктури в масштабах туристичних кластерів дасть змогу знизити гостроту цієї проблеми за умови підвищення комфорту пересування туристів.

Організація розвитку туризму в країні повинна ґрунтуватися на переважному розвитку видів і форм туризму, що дають змогу максимально і комплексно використовувати наявні туристичні ресурси. Доходи від туризму здатні впливати на економіку країни.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз стану діяльності підприємств сфери туризму вказує на їх недостатню ефективність як за якісними, так і за кількісними характеристиками. Основними факторами, що стримують розвиток та ефективну діяльність підприємств туризму, є:

- у зв'язку зі складною політичною ситуацією образ України як країни, несприятливої для туризму. Подібна репутація створюється окремими зарубіжними засобами масової інформації, а також недобросовісними туруператорами;

- нерозвинена туристична інфраструктура, значний знос, як фізичний, так і моральний, наявної матеріально-технічної бази, мала кількість готелів для розміщення туристів середнього класу (3–4 зірки) із сучасним рівнем комфорту і невідповідність ціни та якості розміщення в готелях;

- відсутність сприятливих умов для інвестицій у засоби розміщення туристів та іншу туристичну інфраструктуру;

- низька якість обслуговування у всіх секторах туристичної індустрії;

– низький рівень підготовки кадрів і відсутність досвіду роботи в умовах ринкової економіки.

У сучасних умовах важливим елементом розвитку туристичної системи країни є формування ефективної інфраструктури, що потребує подальшого наукового вивчення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конституція України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
2. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
3. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР – поточна редакція від 11.02.2015. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/>
4. Про захист прав споживачів: Закон від 12.05.1991 № 1023-XII поточна редакція від 10.06.2017. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/>
5. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.
6. Нездоймінов С.Г. Наукова парадигма підприємництва в економічній системі туризму / С.Г. Нездоймінов // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2008. №12. С. 54–60.
7. Синицина Г.А., Тарасов І.Ю. Проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної галузі України. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/196.pdf>
8. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Ткаченко Т.І.: Монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

УДК 338.48 (477)

Галасюк С.С.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеського національного економічного університету*

ТРИЗІРКОВІ ГОТЕЛІ У СТРУКТУРІ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню структури категоризованих готелів України та їх частки у складі колективних засобів розміщення. Проаналізовано сучасний стан тризіркових готелів Одеського регіону та вивчено їх інфраструктуру. Виявлено рейтинг тризіркових готелів Одещини згідно з відгуками споживачів. Сформульовані певні висновки щодо предмета дослідження.

Ключові слова: тризіркові готелі, засоби розміщення, категоризація готелів, інфраструктура готелів, рейтинг готелів за відгуками.

Галасюк С.С. ТРЕХЗВЕЗДОЧНЫЕ ГОСТИНИЦЫ В СТРУКТУРЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ УКРАИНЫ

Статья посвящена исследованию структуры категоризованных гостиниц Украины и их доли в составе коллективных средств размещения. Проанализировано современное состояние трехзвездочных гостиниц Одесского региона и изучена их инфраструктура. Выявлен рейтинг трехзвездочных гостиниц Одещины в соответствии с отзывами потребителей. Сделаны определенные выводы по предмету исследования.

Ключевые слова: трехзвездочные отели, средства размещения, категоризация гостиниц, инфраструктура гостиниц, рейтинг отелей по отзывам.

Galasyuk S.S. THREE-STAR HOTELS IN STRUCTURE OF MEANS OF PLACEMENT IN UKRAINE

Article is devoted to a research of structure of the categorized hotels of Ukraine and their share in structure of collective means of placement. The current state of three-star hotels of the Odessa region is analysed and their infrastructure is studied. The rating of three-star hotels of Odessa region according to responses of consumers is revealed. Certain conclusions on an object of research are drawn.

Keywords: three-star hotels, means of placement, categorization of hotels, infrastructure of hotels rating of hotels according to reviews.

Постановка проблеми. Згідно зі статтею 19 чинного Закону України «Про туризм» усі готелі та інші об'єкти, призначені для надання послуг із розміщення, зобов'язані отримувати свідоцтва про встановлення відповідної категорії; працювати без наявності цього документа забороняється. Водночас згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 803 встановлення категорій має відбуватися на добровільній основі, що суперечить нормам Закону «Про туризм». Крім того, нормативне підґрунтя для встановлення категорій у вигляді «зірок» є тільки для готелів (ДСТУ 4269:2003), а юридичні документи для отримання «рівнів обслуговування» усіма іншими засобами розміщення відсутні. Подібні розбіжності у нормативно-правових актах разом із відсутністю контролю спричинили ситуацію, в якій більшість засобів розміщення уникають проходження процедури категоризації. Тому доцільним є проведення аналізу поширення категоризованих готелів по території України, виявлення їх структури за «зірками», а також дослідження інфраструктури

тризіркових готелів на підставі методики, оприлюдненої в працях [1; 2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Висвітленню процесу категоризування готельних підприємств України присвячені дослідження вітчизняних науковців: М.Г. Бойко та Л.М. Гошкало [3], Н.М. Кузнецової та С.Г. Нездоймінова [4], М.П. Мальської та І.Г. Пандяк [5]. Основні підходи до категоризації готелів та міжнародний досвід присвоєння певних категорій викладені у наукових працях І.М. Білецької [6], С.С. Галасюк [7; 8] та колективу авторів під керівництвом А.Ю. Парфененко [9]. Крім того, у статті використовуються дані статистичного збірника про діяльність колективних засобів розміщення [10], а також відомості офіційного реєстру категоризованих готелів України [11].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження місця тризіркових готелів у структурі категоризованих готелів України та Одеського регіону, аналіз їх сучасного стану, зокрема інфраструктури, а також визначення рейтингу на підставі відгуків споживачів.