

## ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сучасні економічні та політичні реформи у державі, основними засадами яких виступають ринкові відносини та інтеграційні процеси у європейські та світові політичні та економічні структури, зумовлюють об'єктивну необхідність підвищення рівня розвитку соціальної інфраструктури – важливої регіональної господарської системи. Розвиток соціальної інфраструктури є важливою передумовою забезпечення соціального спрямування відтворювальних трансформаційних процесів в економіці держави та міждержавних процесів, в тому числі у формі транскордонного співробітництва, риси якої характерні для Карпатського регіону.

Сучасний ринок туристичних послуг Карпатського регіону об'єктивно залишається одним з головних у зосередженні вітчизняних та міжнародних туристичних потоків, розвитку індустрії гостинності в Україні. З огляду на зазначену актуальність, об'єктивною є наукова новизна дослідження сучасних трансформаційних процесів в еволюції туристичної інфраструктури одного з найпривабливіших рекреаційно-туристичних регіонів загальнодержавного виміру.

Аналіз аспектів формування, територіальної організації та функціонування національного та регіональних туристичних ринків займає в економічних та економіко-географічних дослідженнях вітчизняних науковців вагоме місце. Серед основних сучасних теоретико-методологічних засад вивчення вітчизняного туризму в економічному та геопросторовому аспекті, слід виділити працю О.О. Бейдика [1], з розгорнутим аналізом методологічних та методичних підходів до вивчення загальнонаціонального туристичного ринку, виділенням таксонометричних рівнів геопросторової організації рекреаційно-туристичних ресурсів. Комплексний характер наукового аналізу соціально-економічних та геопросторових аспектів туристичного ринку України мають праці В.І. Мацали [6] та О.О.Любіцевої [5]. Вагомим джерелом наукового дослідження окремих питань організації туристичного продукту Карпатського регіону є праці В.С.Кравціва, В.К.Євдокименка, М.М.Габреля, М.В.Копача [4] та інших дослідників.

Вивчення сучасного стану ринку туристичної інфраструктури Карпатського регіону, тенденцій та проблем його трансформації є основною метою цього дослідження. Дослідження туристичної інфраструктури здійснюється з позиції визначення особливостей геопросторової та структурної організації її основних складових – підприємств туристичної та готельної індустрії, проаналізовано світовий досвід, визначено шляхи реалізації еволюційних процесів у туризмі регіону.

Унікальні природні умови регіону з цінними бальнеологічними та ландшафтними ресурсами, багаті історичні, архітектурні та культурні пам'ятки, прикордонне розташування, підвищення рівня обслуговування до європейського, зростання ділової активності в Україні, зумовить зростання напливу іноземних туристів. Природний потенціал дає змогу розвивати популярні сьогодні серед іноземних туристів спортивні види туризму – мисливський, рибальський, гірський, кінний та ін. Автомобільний, залізничний та авіаційний зв'язок дозволяє розширити автотуризм і транзитний туризм. Сучасний економічний, культурно-історичний потенціал адміністративних центрів дає можливість прогнозувати істотне збільшення у найближчі роки асортименту послуг сфери гостинності. Водночас сучасний стан туристичної інфраструктури у регіоні, як і в державі, не адекватний потенційним можливостям реалізації туристичних ресурсів. Для досягнення економічної ефективності їх реалізації туристична інфраструктура регіону потребує значних інвестицій та послідовної

програми активізації зусиль державних та комерційних структур.

Туристична галузь є важливим фактором соціально-економічного розвитку у Карпатському регіоні: у 2003 р. обсяг наданих послуг становив 104,9 млн. гр. [8]. За умов збереження сталого розвитку галузі (середньорічний темп приросту за останні п'ять років становив 12,4 %), у 2010 р. доходи від туристичної діяльності передбачаються у розмірі близько 200 млн. грн. на рік, тобто у 5,7 разів вище рівня 2000 р. Таким чином, темпи приросту доходів у галузі сьогодні вищі світових доходів від туризму, які у 2000 р. мали середньорічний приріст 3,3 % [2]. Про туристичну привабливість ринку туристичних послуг свідчить зростання кількості іноземних туристів, які приїжджали у Карпатський регіон і обслуговувались туристичними підприємствами: якщо у 1999 р. регіон відвідало 30,4 тис. іноземних туристів, відповідно у 2003 р. їх кількість зросла до 54,2 тис. осіб [8].

Сьогодні у Карпатському регіоні функціонує 398 підприємств туристичної діяльності (10,3 % від загальної кількості в Україні). Упродовж останніх п'яти років зберігається сталий розвиток підприємств-організаторів туристичної діяльності, враховуючи конкурентні переваги регіону, визначено пріоритети цільових сегментів туристичного ринку – гірський туризм, екскурсійно-пізнавальний, етнографічно-фестивальний та екологічний, оздоровча рекреація.

Аналіз статистичних даних за період 1999–2003 рр. свідчить про незначне зростання кількості підприємств туристичної сфери (61 підприємство), що зумовлено станом насичення ринку туристичних послуг до потреб їх споживачів. Водночас, це є наслідком проведення у 2002 – 2003 рр. державної інвентаризації об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної інфраструктури з метою забезпечення дотримання туристичними організаціями ліцензійних умов високої якості обслуговування та захисту прав споживачів туристичних послуг.

Основний обсяг туристичних послуг, у розрізі адміністративних регіонів, надають фірми Львівської області. На початок 2003 р. тут працювало 185 туристичних підприємств (46,5%). Водночас, за даними Львівської облдержадміністрації, 30% цих фірм є претендентами на позбавлення їх ліцензії, а 44 суб'єкти (15%) взагалі не обслуговують туристів. Подібна ситуація спостерігається в інших областях Карпатського регіону.

У структурі туристичної діяльності майже кожне туристичне підприємство у регіоні зосереджене на обслуговуванні вітчизняних туристів, що виїжджають за кордон та на внутрішньому туризмі, лише 3-15 % туристичних фірм займається обслуговуванням іноземних туристів. Виключно відправкою вітчизняних туристів за кордон займається від 2 %, в Івано-Франківській області, до 22 % – у Львівській, туристичних підприємств. Найбільша кількість туристичних фірм займається обслуговуванням внутрішніх туристичних потоків – у загальній кількості частка таких підприємств коливається в межах адміністративних регіонів від 30 до 51 %.

Ефективне функціонування мережі туристичних підприємств у ринкових умовах пов'язується з структурою управління територіальною організацією. Управління в умовах формування ринкових форм туристичного бізнесу пов'язується, насамперед, з проблемою розподілу владних повноважень та центрів прийняття стратегічних управлінських рішень. У структурі організаційно-правових форм управління, частка приватних підприємств становить близько 60%, 35% – товариства з обмеженою відповідальністю, частка спільних підприємств з іноземним капіталом в розрізі областей регіону незначна 2-4%, що свідчить про недостатньо сформоване інвестиційне середовище для іноземних партнерів у сфері туристичного бізнесу в Україні. Водночас, у структурі управління 18% туристичного бізнесу у регіоні формує структурні підрозділи організацій, для яких туристична діяльність не є основною.

Свідченням розвитку Карпатського регіону, як важливого туристичного центра у державі, є висока частка іноземців у загальному обсязі обслуговуваних туристів (12,2%). Найбільша кількість іноземних туристів, які відвідують регіон, прибуває із сусідніх держав –

Польщі, Угорщини, Словаччини та Румунії, а також з Німеччини, Росії. Згідно з статистичною звітністю львівських туристичних фірм, туристи з Польщі у 2003 р. становили близько 8 тис. осіб. Проте, ця цифра не відповідає реальній ситуації у зв'язку з тим, що іноземні туристи надають перевагу індивідуальному туризму або користуються послугами туристичних фірм своєї держави, які організують поїздки в Україну. Це зумовлює зменшення обсягу туристичних послуг, які надаються вітчизняними туристичними фірмами.

Входження України у міжнародні політичні та економічні організації сприятиме підвищенню значення сфери послуг у прикордонних регіонах, насамперед у Карпатському, з багатими туристичними ресурсами та розвинутою туристичною інфраструктурою, що позитивно позначиться на темпах та регіональній пропорційності його економічного і соціального розвитку. Туристична стратегія має переслідувати мету збереження і зміцнення вже досягнутого положення на туристичному ринку, водночас необхідно формувати новий туристичний продукт, що виходив би за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію і враховував надзвичайно багату історико-культурну спадщину, а також давав можливість істотно урізноманітнювати традиційну пропозицію завдяки її комбінуванню з іншими послугами.

З урахуванням міжнародного досвіду наявний туристичний потенціал Карпатського регіону необхідно орієнтувати на розвиток ділового, культурно-пізнавального та спеціалізованих видів туризму. Діловий туризм є важливим фактором економічного пожвавлення у регіоні, позитивно впливає на ефективність господарської діяльності суб'єктів туристичної діяльності, об'єктів туристичної інфраструктури та підприємств, що надають супутні товари та послуги. Витрати іноземних туристів у регіоні становлять близько 450 дол. США на особу упродовж 3-4 днів їх перебування. Водночас, зростання прибутків від обслуговування іноземних туристів, що перебувають з діловою метою, активізує встановлення міждержавних економічних зв'язків та позитивно відобразиться на економічному розвитку регіону. Перетворення основних регіональних центрів туризму – Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Ужгорода та ін., які мають добре розвинуту мережу спеціалізованих конгресових та виставкових установ у центри ділового туризму, дає змогу вирішити проблему сезонності туризму. Підйом ділової активності в економіці припадає у зимовий період, на час сповільнення туристичної активності населення. Для цього необхідно створити додаткову пропозицію, яка б реагувала на зміну споживацького попиту на вже сформований туристичний продукт. Водночас, необхідно враховувати створення конкурентних переваг у сфері туризму пов'язаних з первинною концентрацією зусиль на прийомі іноземних та вітчизняних туристів, що можна забезпечити за умови створення принципово нової за змістом туристичної продукції, яка відрізняється інноваційністю та індивідуальністю.

Розвиток туризму в значній мірі визначається станом готельного господарства, основної складової туристичної інфраструктури. Сьогодні можна констатувати про відсутність висококонкурентних позицій у цьому секторі економіки регіону. Більшість готелів не відповідає нормам проживання та відпочинку. Відсутні п'ятизіркові готелі згідно з європейськими стандартами якості готельних послуг, матеріально-технічна база, створена за старими проектами потребує модернізації.

У Карпатському регіоні сьогодні функціонує 175 підприємств готельного господарства різних форм власності та відомчого підпорядкування, з одноразовою місткістю на 13725 осіб. У 2003 р. готельними підприємствами регіону обслужено близько 516 тис. гостей, на 12,9 % більше 1999 р. Із загального обсягу послуг 12,3 % надано іноземним громадянам, 87,7 % вітчизняним. Прийом іноземних громадян здійснювали майже всі готелі регіону. Найчастіше готельними послугами користуються громадяни Польщі, США, Німеччини, Канади, Росії, Великобританії, Австрії, Угорщини та інших держав. Туристи з перерахованих країн становлять 75 % всіх іноземних громадян, які користуються послугами готельних

закладів регіону. Позитивним фактором у функціонуванні готельних закладів є зростання частки іноземних громадян з високорозвинених держав. Згідно статистичних даних обласних статистичних управлінь, кількість громадян, які зупинялись у готелях регіону упродовж 2002-2003 рр. зросла з США на 70,6 %, Канади 91,7 %, Нідерландів 147 %, Німеччини 25 %. Водночас, за даними ВТО, саме ці країни забезпечують майже половину туристичних витрат, тому туристи саме з цих країн є найбільш бажаними на ринку туристичних послуг регіону [8].

Важливим показником, який характеризує ефективність діяльності підприємств готельного господарства, є рівень використання готельних місць. У 2003 р. коефіцієнт наповненості готелів в середньому в регіоні становив 20 %. Значення цього показника суттєво коливається в залежності від ефективності економічної діяльності на ринку туристичних послуг, туристичної, ділової презентативності центра, типу закладу розміщення (готель, мотель, кемпінг і т.д.) та цінової політики. Висока ступінь привабливості щодо туризму регіонального центра – міста Львова, з високим соціально-економічним, історико-культурним, демографічним потенціалом, проявляється у традиційно найвищому використанні місткості готелів – 20,4 %, в інших регіональних центрах він наближається до 20 %. Суттєво впливає на рівень завантаження, а отже на рентабельність, включаючи можливості залучення засобів на реконструкцію та модернізацію форма власності та управління. Приватні та державні готелі мають певні особливості в управлінні. Збільшення кількості іноземних туристів зумовило необхідність розміщення гостей у комфортабельних готелях з відповідним рівнем сервісу, призвело до скерування коштів вітчизняними приватними компаніями та іноземними інвесторами у готельний бізнес. Приватизація державних, розширення мережі новозбудованих готелів та перепрофілювання у готелі комунальних безкатегорійних закладів. Сьогодні приватні готельні підприємства надають споживачам найповніший спектр послуг, саме у цій категорії спостерігається найвища заповнюваність (у Львові коефіцієнт наповненості у 2003 р. серед приватних та колективних готелів становив 27-63 %). Неefективне господарювання стало причиною скрутного становища державних та комунальних – близько 25 % готелів у регіоні, у яких необхідна зміна форми власності, гнучка система управління у ринкових умовах, насамперед спрямованої на розробку програми з проведення реконструкції та модернізації, встановлення цін, що відповідають рівню послуг і попиту.

Проте, поява в останні роки приватних та колективних готелів не вирішує проблем галузі в регіоні. Гострою залишається у готельному господарстві проблема диверсифікації та спеціалізації пропозиції послуг гостинності. Основна частина засобів розміщення 86 % у регіоні припадає на готелі, недостатньо розвинена мережа мотелів, кемпінгів, молодіжних готелів та інших засобів розміщення. Монопольність у сфері гостинності не сприяє підвищенню якості обслуговування, розширенню асортименту послуг, відсутня гнучка цінова політика серед закладів різних форм власності та розмірів.

Аналіз матеріально-технічної бази готельних підприємств у регіоні свідчить про їх невідповідність міжнародним вимогам щодо комфорту. Великі готелі, які сьогодні зосереджують близько 70 % всіх місць, збудовані у період масового туризму в СРСР у 70-80-х роках ХХ ст., характеризуються архітектурною непривабливістю, застосуванням дешевих матеріалів, обладнання та оздоблення, проекти будівель не відзначались високим художнім смаком, низька якість готельних послуг відповідала посередньому матеріальному добробуту громадян.

Актуальними у менеджменті готелів сьогодні є кадрові проблеми, зумовлені нестачею кваліфікованих кадрів. Однією з найбільш типових проблем готельного господарства є формування нового ставлення працівників галузі до клієнтів і своєї роботи. Можливими шляхами вирішення кадрової проблеми є підготовка фахівців у профільних вузах регіону, заснована на формуванні не тільки технічних і технологічних знань і навичок, необхідних

для готельного бізнесу, водночас й для системного підходу до його організації з урахуванням сучасних реалій: значимість маркетингу як інструмента для організації в ринковій ситуації, фінансів, менеджменту, методів роботи з персоналом. Підготовку кадрів необхідно здійснювати з урахуванням досвіду провідних готельних шкіл світу, практики сучасної світової індустрії гостинності, з обов'язковим формуванням необхідного для роботи в галузі ставлення до праці.

Сьогодні на світовому туристичному ринку спостерігається тенденція до індивідуалізації відпочинку, зростає попит на розміщення близьке до індивідуального житлового сектора. Варто зазначити, тенденція до будівництва малих готельних підприємств, місткістю 50-100 осіб у комфортних, близьких до центра міста районах нині активно здійснюється в основних регіональних центрах туризму. У регіоні упродовж останніх десяти років збудовано близько 30 таких закладів. У функціонуванні невеликі приватні готелі гнучкі в управлінні, потребують менших витрат на експлуатацію. Водночас, невеликі готелі вимагають професіоналізму в управлінні від невеликого колективу менеджерів, що змушує наявних керівників значно розширити межі компетенції, щоб залишатись конкурентоспроможним і не втратити клієнтів.

Якість готельних послуг залежить, насамперед від комфорту, який, згідно з міжнародними підходами, включає належний рівень обслуговування та обладнання, його постійне оновлення, забезпечення безпеки перебування і т.д. Аналіз функціонування більшості готелів, насамперед в обласних центрах Карпатського регіону, свідчить про невідповідність комфорту міжнародним стандартам.

Крім новозбудованих та реконструйованих в останні 10-15 років, усі інші об'єкти потребують капітального або поточного ремонту, повної або часткової реконструкції, модернізації обладнання та оснащення номерів. За винятком 12 (6,8%) сертифікованих на три-чотири зірки, решта не відповідають міжнародним вимогам за структурою приміщень, технічним забезпеченням номерів, інженерними комунікаціями. Такий стан інфраструктури ринку сфери гостинності потребує уваги місцевих органів самоврядування та держави.

Готельне господарство Карпатського регіону потребує залучення значних інвестицій. Економічно-фінансову політику в цій галузі необхідно проводити шляхом залучення коштів з різних джерел фінансування. Серед них цільове виділення коштів, гнучка податкова політика, що стимулюватиме надання якісних готельних послуг, залучення коштів приватних фірм, іноземних інвестицій, громадських організацій, підприємств, фондів та проектів: акціонування, господарювання в умовах оренди і відрахування від прибутків місцевих бюджетів на розвиток готельного господарства. Необхідним є створення системи державних гарантій для заохочення юридичних та фізичних осіб в якості інвесторів, а також при реконструкції діючих та будівництві нових готелів, які відповідали б сучасним міжнародним стандартам.

Оцінка необхідних інвестицій для розширення мережі та приросту місткості готелів у регіоні, розрахована на основі узагальнених показників вартості одного місця та з урахуванням індексу змін ринкової вартості – у туристичних готелях – 102,0 тис грн., для забезпечення приросту місткості у найближчі роки обсяг капіталовкладень має становити в межах 175-200 млн. грн. За світовими стандартами, в Карпатському регіоні, що є центром Європи, необхідно передбачити створення 1-2 п'ятизіркових готелів (Львів), 7-8 – чотирьохзіркових, 21-23 готелі нижчої категорії, з мінімальним сервісом європейського зразка. Сьогодні необхідна також активна підтримка національного інвестора у створенні готелів сімейного типу, розвитку готелів економ-класу, формуванні мережі невеликих приватних готелів, які потребують вкладання менших коштів. Створення подібних готелів зумовить створення умов для активізації сімейного та молодіжного туризму. В перспективі такі об'єкти мають стати основою залучення внутрішніх туристів, які користуються сьогодні послугами розміщення фізичних осіб (індивідуального або комерційного житла), які в

більшості випадків діють нелегально і не сплачують податків.

Серед невирішених проблем функціонування туристичної інфраструктури у регіоні необхідно віднести:

- проблему ефективного управління туристичними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного середовища та розширення туристичної діяльності;
- недостатня координація діяльності галузей регіонального господарства, а також недостатній розвиток внутрішньогалузевих зв'язків за умов стійкої ринкової економіки;
- відсутність необхідної нормативно-законодавчої бази, і як наслідок, відсутність гнучкої системи стимулювання (в тому числі відсутність податкових пільг);
- недостатня кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією у спеціалізації пропонованих послуг гостинності;
- недостатній рівень кваліфікації кадрів у туристичних та супутніх послугах;
- недостатнє інформаційно-рекламне забезпечення маркетингу туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках.

Результати дослідження сучасної туристичної інфраструктури Карпатського регіону дають підстави стверджувати – регіон характеризується розвиненою мережею туристичних підприємств, займає міцні позиції у структурі ринку туристичних послуг України, має сформований профіль туристичної спеціалізації. Водночас, глобалізація процесів у світовій економіці зумовлює необхідність вдосконалення матеріально-технічної складової туристичної інфраструктури, забезпечення гнучкої системи управління, підготовки кваліфікованих кадрів.

#### Література:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ “Київ. ун-т”, 2001. – 395 с.
2. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року. – К., 2002.
3. Лько І., Палінчак М., Лендєл М. Карпатський Євро регіон як модель регіонального співробітництва у Центральній і Східній Європі. – Ужгород, 1998. – 43 с.
4. Кравців В.С., Євдокименко В.К., Габрель М.М., Копач М.В. Рекреаційна політика у Карпатському регіоні: принципи формування, шляхи реалізації. – Чернівці: Прут, 1995. – 72 с.
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
6. Мацала В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. – Львів, 1997. – 259 с.
7. Туризм в Україні – 1999: Статистичний бюлетень. – К., 2000.
8. Туризм в Україні – 2003: Статистичний бюлетень. – К., 2004.

#### Summary:

Igor Pandyak, Oksana Gatalyak, Natalya Hanych. INFRASTRUCTURES OF THE TOURISM SERVICES MARKET OF CARPATHIAN DISTRICT: MODERN CONDITION, PROBLEM AND PERSPECTIVES OF THE DEVELOPMENT.

The peculiarities of the modern condition of the territorial organization and the function of the tourism infrastructure of Carpathian district are being analyzed. The research of tourism infrastructure is being carried out from the position of the determination of the organization of its basic components the enterprises of tourism and hotel industry. The purposes of the improving of the tourism infrastructure in perspective are also being analyzed.