

товарів і надання послуг із використанням іноземних кредитних ліній та міжнародної технічної допомоги;

- надання експортерам високотехнічної продукції знижок на чинні ставки податку на прибуток залежно від зростання експортної продукції;
- проведення політики пільгового оподаткування інноваційної продукції;
- надання податкових пільг під великі іноземні кредити, що спрямовуються в інвестиційні проекти, передбачені державними програмами.

Усі ці заходи сприятимуть поліпшенню економічної ситуації в Україні й допоможуть вийти на шлях стабільного економічного зростання.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Дербін Є. Ф., Кілієвич О.І. Економічна теорія і державний сектор: теорія, практика, Термінологія, джерела. - К.: УАДУ, 1997.- 108 с.
2. Державне управління: теорія і практика \ За ред. Авер'янова В.Б.- К.: Юрінком Інтер, 1998.-432 с.
3. Історія економічних вчень: Підручник. - За заг. ред. Л.Я. Корнейчук, Н.О. Татаренко.- К.: КНЕУ, 1999.- 564 с. Ринок / Упорядковано, авт. вступ ст.А.А. Чухно.- К.: Україна, 1995.-448с.
4. Петюх В.М. Рыночная экономика.- К.: “Урожай”, 1995.  
Стіглиц , Джозеф Е. Економіка державного сектора. - К.: Основи, 1998.- 854 с.

УДК 338.48

## ВПЛИВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР НА РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНО – ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

І.Є. ВАРИВОДА

Мукачівський технологічний інститут

*Вимоги сучасного ринку туристичних і рекреаційних послуг України вимагають не тільки адаптації суб'єктів господарювання до нових якісних стандартів функціонування, а й розвитку їх інфраструктури, що неможливо без підтримки з боку держави за допомогою фінансування та реалізації спеціальних проектів та програм, направлених на розвиток туризму і рекреації, а також без трансграничного співробітництва з сусідніми країнами.*

Сучасні трансформаційні процеси в економічному секторі України потребують запровадження ринкових підходів до формування та функціонування підприємств у будь – якій сфері народного господарства, в тому числі у галузі туризму і рекреації.

Одним із стратегічних напрямків розвитку Карпатського регіону є пріоритетне освоєння його туристичного і рекреаційного потенціалу. У цьому контексті особливої

уваги з економічної, правової й організаційної точки зору заслуговує діяльність приватних підприємницьких структур, зростання частки яких призведе до росту макроекономічних показників.

#### ***Об'єкти та методи дослідження***

Унікальність туристичних і рекреаційних можливостей Карпатського регіону та наявність попиту на послуги у цій галузі створює реальні перспективи для успішного розвитку приватних турагентів, туроператорів, об'єктів туристично – рекреаційної інфраструктури тощо. Актуальність даного питання приваблює увагу і науковців, і журналістів, і бізнесменів, і пересічних громадян – потенційних туристів чи рекреантів, чи просто бажаючих відпочити. Зокрема, тематиці курортів Українських Карпат присвячена збірка статей Б. Омецинського, проектному управлінню у сфері туристичного підприємництва стаття Л.І. Вороніної та Т.О. Демури, Д.Осипов розглядає сутність взаємовідносин туроператора і агента, В. Ф. Кифяк дослідив основи організації туристичної діяльності в Україні, а В. Биркович, О. Лендел охарактеризували проблеми і перспективи розвитку туризму в межах Карпатського Єврорегіону .

#### ***Постановка задачі***

Аналіз наукових та ненаукових матеріалів стосовно туристичного підприємництва свідчить, що приватному сектору в напрямку слідування сучасним ринковим тенденціям в індустрії туризму та оздоровлення слід приділити більшої уваги, особливо це стосується проблеми кваліфікованого кадрового забезпечення, фінансування, застосування прогресивних технологій менеджменту та комунікаційної політики.

Метою статті є визначення на основі глибокого і всебічного аналізу особливостей розвитку туристично – рекреаційного комплексу Карпатського регіону загальних закономірностей організації, функціонування і досягнення комерційного зиску приватних підприємницьких структур, закріплення позицій, розвиток та їх конкурентоспроможність на ринку туристичних та рекреаційних послуг, що викликано загальними тенденціями еволюції туристичної галузі України.

#### ***Результати та їх обговорення***

Карпатський регіон, який охоплює чотири області західної України: Закарпатську, Івано – Франківську, Львівську та Чернівецьку області й займає площу 56,6 тис. кв. км., має унікальні можливості щодо розвитку туристично – рекреаційного бізнесу.

Розташування в центрі Європи на перетині транспортних шляхів сприяє залученню туристів та рекреантів не тільки з інших областей України, а й з багатьох країн світу. Крім того, Карпатські мальовничі ландшафти, гірський рельєф створюють перспективи розвитку гірськолижного спорту та відпочинку лижників – любителів. Сприятливі кліматичні умови, наявність різноманітних джерел лікувальних та цілющих мінеральних вод, яких понад 800 у регіоні, та лікувальних грязей і озокериту є основою для процвітання санаторно - курортної справи.

Але, не дивлячись на історико – культурний та природно – ресурсний потенціал регіону, для Карпат гостро стоїть питання збереження природи і екологічної безпеки навколишнього середовища. З іншого боку, неможливо здійснювати розвиток туризму та рекреації без будівництва доріг, гірськолижних підйомників, баз відпочинку, оздоровниць, готелів, ресторанів та інших об'єктів туристичної інфраструктури, кількість і якість яких не відповідає потребам ринкової кон'юнктури даного регіону.

Карпатський регіон охоплює 119 санаторіїв, пансіонатів з лікуванням та будинків відпочинку, що становить 2,05% загальної їх кількості по Україні; 1596 дитячих оздоровчих таборів ( це 10,67% їх чисельності в країні); 175 готелів та інших місць для короткотермінового проживання, що у порівнянні із загальнодержавною їх наявністю – 14,37% [6, с. 518 - 524]. Середній коефіцієнт використання їх місткості, на жаль, становить 0,205, а по Україні цей показник дорівнює 0,3. Як бачимо, ці цифри свідчать про наявність відповідної кількості закладів туристично – рекреаційного призначення, але обслуговується в них лише 20 відсотків туристів та рекреантів, порівняно з їх можливостями.

Це пов'язано з багатьма причинами. Перш за все, туристичний бізнес знаходиться на стадії адаптації вимогам сучасного ринку, тобто іде мова про перехід на нові для України стандарти якості надання послуг у цій сфері. Крім того, періодичні зміни у законодавстві (це стосується і закону “ Про туризм”) вимагають часу і коштів для пристосування суб'єктів підприємництва до них. Також не менш важливий фактор співвідношення ціна – якість, відсутність дієвої і професійної рекламної кампанії, нестача кваліфікованої робочої сили у галузі туризму і рекреації. Ну й не можливо не згадати особливості менталітету, який “спонукає” наших підприємців до здобуття одноразових суттєвих прибутків, а не налагодження довготривалих партнерських зв'язків у бізнесі, в тому числі і туристичному, що вимагає вкладення власних неабияких зусиль, коштів, часу, свідомого ризику та бажання завойовувати позиції та імідж на ринку.

Особливим і унікальним куточком Карпатського регіону є Закарпаття. Природа, історичні пам'ятки, архітектура, здавна приваблювали сюди туристів і бажаючих оздоровитись у місцевих санаторіях і профілакторіях, яких у області налічується 69, що в свою чергу створює перспективи для розвитку туристично – рекреаційного комплексу. Саме тому туризм і рекреація визнані пріоритетним напрямком розвитку Закарпатської області у контексті програми сталого розвитку краю. Це призвело до активізації діяльності закладів туристичного і рекреаційного спрямування. Наприклад, за останні чотири роки чисельність організацій, що мали ліцензію на здійснення туристичної діяльності збільшилася на 22,6%, кількість обслужених ними туристів на 28,13%, а обсяг наданих туристичних послуг зріс майже у 1,9 разів (для порівняння, витрати, пов'язані з наданням туристичних послуг зросли у 1,6 разів). У санаторно – курортній сфері також відбулися позитивні зрушення, зокрема, частка оздоровлених осіб зросла на 30%, а ситуація з дитячими оздоровчими таборами по області покращилася у кількісному співвідношенні з 50 до 480 одиниць, порівняно з 2000 роком [3, с. 520 – 522].

Не дивлячись на зростання статистичних і економічних показників, розвиток туристично – рекреаційної галузі Закарпаття потребує вкладення значних капіталовкладень з метою реконструкції наявних та будівництва нових об'єктів, розширення і вдосконалення їх інфраструктурних підрозділів, а саме автостоянок, ресторанів, кафе, барів, саун, лазень, басейнів, пралень, закладів торгівлі (магазинів, кіосків тощо) та інших закладів сервісу, що в свою чергу потребує залучення персоналу відповідної освіти, спеціальності і кваліфікації.

Але для Закарпатської області це не є проблемою, адже Мукачівський технологічний інститут готує саме таких спеціалістів, на яких існує попит, в тому числі і в галузі туризму, готельного та ресторанного бізнесу. Так, у 2004 році було відкрито спеціальність туризм і проведено перший набір студентів. Крім того, вже понад 8 років поспіль цей заклад освіти готує менеджерів невиробничої сфери, тобто управлінців саме сфери послуг.

Аналізуючи кількісні та якісні показники туристично – рекреаційного потенціалу Закарпаття та Карпатського регіону в цілому, можна стверджувати про існування всіх необхідних передумов для розвитку всіх видів туризму, зокрема лікувально – оздоровчого, культурно – розважального, спортивного, ділового, сільського, зеленого, релігійного тощо.

Реалізацію туристичної діяльності будь – якого виду здійснюють такі суб'єкти господарювання як організатори і продавці ( тобто туроператори і турагенти) туристичного продукту, їх контрагенти – виконавці послуг ( тобто готелі, ресторани, бари, підприємства, які надають послуги пасажирських перевезень) і покупці (споживачі) окремих туристичних послуг або ж комплексного турпродукту.

Туроператорами можуть бути підприємці чи організації, які на засаді ліцензії здійснюють діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичного продукту. Турагентами ж виступають підприємці або організації, які на засадах ліцензії здійснюють діяльність по просуванню і реалізації турпродукту, а не створюють його, тобто турагенство є посередником між туроператором і клієнтом [1,с.52].

Туристичний продукт – це сукупність речових (предмети споживання), не речових (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час подорожі [1,с.43]. Турпродукт складається з трьох елементів: тур (тобто продукт роботи туристичного підприємства на певному маршруті в конкретні строки), додаткові туристично – екскурсійні послуги й товари ( карти міст, буклети, листівки, сувеніри, туристське спорядження тощо).

Всесвітня Туристична Організація до суб'єктів туристичної діяльності відносить також заклади екскурсійного обслуговування і екскурсоводів.

Основні засади формування і функціонування суб'єктів туристичної діяльності регулюється законом України “ Про туризм” ( прийнятий Верховною Радою 15 вересня 1995 року), законом України “ Про підприємництво” (1991 р.), Указом Президента України від 02.03.2001 року “ Про підтримку розвитку туризму в Україні” та від 14.12.2001 року “ Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму” [4, с. 59].

У 2002 році Державною туристичною адміністрацією була розроблена і затверджена Кабінетом міністрів України Державна програма розвитку туризму на період з 2002 до 2010 року [5, с.18–23.], згідно якої з метою стимулювання вітчизняного туристичного бізнесу, розробки нового конкурентоздатного туристичного продукту та створення умов для підтримки ініціатив (у розумних межах) у сфері туризму намічено реалізувати наступні заходи:

- вдосконалення статистики в галузі туризму, оскільки останній визначається як окремий вид економічної діяльності;
- створення необхідних умов для приваблення іноземних та національних інвесторів;

- особливу увагу приділити програмі розвитку сільського, зеленого туризму, що є дуже актуальним для Карпатського регіону;
- розвиток матеріальної бази індустрії туризму та комплексного туристичного потенціалу регіонів;
- удосконалення системи підготовки кадрів для туристичної і рекреаційної сфери;
- покращення форм організаційної та матеріальної підтримки державою рекламно-інформаційного просування українського туристичного продукту на місцевому і національному рівнях;
- формування і реалізація маркетингової стратегії українського туризму.

Крім того, перспективи щодо розвитку туристично - рекреаційної галузі Карпатського регіону несе в собі співпраця з прикордонними областями сусідніх країн – учасниць ЄС. Це сприяє налагодженню економічних, торгівельних зв'язків, спрощенню конотрольно – пропускнуої системи на митницях, розбудові прикордонної інфраструктури та в цілому призводить до покращення кількісних та якісних параметрів міжнародного виїзного і в'їзного туризму.

Позитивним прикладом в цьому контексті є існування Карпатського Єврорегіону, до складу якого входять чотири області Карпатського регіону України, що складає 36,4% усієї його площі, п'ять областей Угорщини (18,4%), Прешовський та Кошіцький край Словаччини (6,4%), Підкарпатське воєводство Польщі (11,5%) і сім округів Румунії (27,2%), які були об'єднані 14 лютого 1993 року в Міжнародну Асоціацію для підтримання довгострокового співробітництва [9, с. 224 - 230].

Одним із проектів, який протягом 2 років реалізувався в рамках транскордонного співробітництва на території Закарпатської, Івано – Франківської, Львівської та Тернопільської областей і фінансувався програмою TACIS в розмірі 1,5 млн. євро був проект, направлений на підтримку розвитку сільського й зеленого туризму в Карпатському регіоні України. Також Радою з туризму Карпатського регіону в 2002 році було отримано грант від Фонду розвитку “Карпатського єврорегіону” на реалізацію проекту “ Налагодження співпраці між туристичними підприємствами та представниками громадських організацій в розвитку туризму”, в рамках якого видається щоквартальний вісник “ Туристичні вісті” українською та англійською мовами. Також було випущено туристичний путівник “Транскордонні туристичні

маршрути “ Карпатського єврорегіону” , що позитивно вплинуло на збільшення кількості іноземних туристів [10, с.123 -125].

### **Висновки**

Таким чином, усі вищезгадані та ряд інших заходів повинні сприяти досягненню створення конкурентоспроможного туристичного продукту як на національному, так і міжнародному рівні, який зможе задовільнити потреби вітчизняних та іноземних туристів, забезпечити комплексний розвиток туристичних центрів країни, сприяти збереженню навколишнього середовища і культурної спадщини країни.

Ефективне функціонування туристично – рекреаційного комплексу як Карпатського регіону, так і України, неможливе без об’єднання зусиль приватних структур і державної влади, розробки і фінансування спеціальних проектів та програм, направлених на підтримку розвитку туризму, в рамках країни та співпрацюючи з іншими регіонами, чіткого розуміння спільних інтересів та цілей, а також функцій кожного, професіоналізму, відповідальності, чесності культури бізнесу та інших складових успіху.

Аналізуючи досвід та думки спеціалістів, можна стверджувати, що успіх туристичної діяльності будь – якого суб’єкту господарювання залежатиме від якісного сервісного забезпечення турпродукту.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. – К.: Альтерпрес, 2004.
2. Вороніна Л.І., Демура Т.О. Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал. № 5 (35), 2004.
3. Закарпаття: статистичний щорічник 2003. Державний комітет статистики. Ужгород, 2004.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003.
5. Концепция развития курортов и санаторно – курортной отрасли. Гостинничный и ресторанный бизнес. № 4, 2004.
6. Статистичний щорічник України. Державний комітет статистики України, 2004. / За ред. О.Г. Осауленка, 2004.
7. Туроператор и агент: союз по любви или необходимости? Туризм. Практика, проблемы, перспективы. № 10, 2001.
8. Украинские Карпаты хороши для экстремалов, а надо бы для всех. Новости турбизнеса. №1,2005; № 2, 2005 .
9. Регіональна політика ЄС після його розширення. Аналітичні оцінки. Національний інститут стратегічних досліджень, Закарпатський філіал, 2004.
10. Мікула Н. Єврорегіони: досвід та перспективи. - Львів: ІРД НАН України, 2003.