

УДК 338.48 (477)

Мокій А.І.,\* Вериженко І.О.\*\*

## АДАПТАЦІЯ В УКРАЇНІ ДОСВІДУ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ БОЛГАРІЇ В КОНТЕКСТІ ЧОРНОМОРСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

На світовому ринку туристичних послуг Україна вступає в конкурентні відносини з країнами-сусідами, які, насамперед, мають вихід до Азово-Чорноморського басейну: Російською Федерацією (Краснодарський край), Грузією, Болгарією, Румунією та Туреччиною. Всі ці країни мають доволі близькі природні і економічні передумови для розвитку туристичної діяльності. Проте, більшість з них завдяки успішній соціально-економічній політиці реформації останніх років досягли очікуваного рівня прогресу у сфері індустрії туризму, на відміну від України.

За підсумками 2009 р., згідно з оцінкою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), найбільша кількість туристів відвідує Європу. До країн-лідерів, за рейтингом туристичної привабливості, який проводиться ВЕФ, увійшли Швейцарія, Австрія, Німеччина, Франція. Країни-сусіди України в межах Азово-Чорноморського басейну посіли вищі місця, ніж наша держава, зокрема Болгарія знаходиться на 50-у місці. З 133 х позицій Україна зайняла 77-е місце за розвитком туризму, тобто відноситься до напівпериферії між розвиненими країнами Західної Європи, США, Японією і відсталими країнами Африки. Це пояснюється відсутністю потужних туристичних компаній через неусвідомлення того, що розвиток туристичної діяльності забезпечує синергійний ефект для суміжних галузей і секторів економіки. В цьому контексті особливої ваги набуває виявлення можливостей використання результативних механізмів економічної політики Болгарії для прогресивного розвитку вітчизняного туристичного сектору в умовах світової фінансової кризи та глобального економічного спаду.

Пропозиція Болгарії спеціалізується, переважно, на забезпеченні достатньо комфортного відпочинку біля моря, розваг, екскурсій. Програма трансформаційних реформ, що створила сприятливий клімат розвитку туристичної сфери Болгарії, передбачала такі заходи:

- лібералізація сільськогосподарської політики, у тому числі створення умов для розвитку ринку землі: стимулювання приватизації земельних ділянок на березі моря для розвитку курортно-туристичного бізнесу, введення пільгового оподаткування та прискореної процедури оформлення документації;
- приватизація і, в деяких випадках, ліквідація підприємств, що належали державі;
- максимальне зниження ставки оподаткування доходів фізичних осіб з метою стимулювання купівельної здатності і активності громадян (станом на 1 січня 2008 рр. податок з доходів фізичних осіб для всіх категорій громадян, а також податок на прибуток дорівнювали 10% – одна з найнижчих ставок в світі і найнижча в Європейському Союзі);
- посилення боротьби зі злочинністю і корупцією. Зокрема, в країні удосконалено процедури притягнення до кримінальної відповідальності, проведено результативні справи проти високопоставлених корупціонерів та проти організованої злочинності.

\* доктор економічних наук, професор Львівської комерційної академії

\*\* кандидат економічних наук, на посаді доцента Національної академії статистики, обліку та аудиту

Аграрна реформа та розвиток ринку землі сприяли реалізації «Національної стратегії стійкого розвитку туризму в країні до 2013 року». Прийнята урядом стратегія передбачає виокремлення туристичних районів країни (тобто 13 культурно-історичних регіонів з диверсифікацією туристичного продукту таким чином, що кожна з областей пропонує свій власний унікальний та відомий продукт) та покращення фізичної інфраструктури туризму (у тому числі транспортної, а також удосконалення туристичних об'єктів і культурно-історичних пам'яток). Для реалізації заходів у запропонованих напрямках із європейських фондів залучено біля 200 млн євро.

Крім того, активно сприяли досягненню задекларованої в стратегії мети підвищення конкурентоспроможності та ефективності туристичного сектору реалізація проектів Державного агентства з туризму Болгарії в межах оперативної програми «Регіональний розвиток». Перший проект передбачає створення єдиної інформаційної мережі акумулювання інформації з усіх туристичних центрів на основі єдиного стандарту (бюджет проекту складає близько 350 тис євро). Другий проект, з бюджетом більше 250 тис євро та терміном реалізації до 2013 року, спрямований на стимулювання удосконалення якості послуг. Третя програма полягала у створенні оригінального та загальновідомого бренду «Болгарія» (з бюджетом більше 1 млн євро). Зокрема, з 6 вересня 2010 р. розпочалася трансляція рекламних роликів про Болгарію як цілорічної туристичної дестинації по Eurosport, Euronews, National Geographic Channel і Discovery Channel. Мета компанії – показати більш ніж 608 млн сімей з Європи і світу чудові можливості відпочинку в Болгарії. Спот, тривалістю 30 секунд, що транслюються на п'яти мовах (болгарській, англійській, німецькій, французькій та російській), будуть показані загалом 3166 разів. Додатково передбачається онлайн компанії на інтернет сайтах Eurosport, Euronews, National Geographic Channel.

Загалом, в результаті реалізації Стратегії прогнозується прибуток від туризму в 2013 р. на рівні 7,9 млрд євро (у 2009 році 3 млрд євро).

В Україні існує істотне відставання від європейського рівня якості туристичних послуг. Серед головних перешкод розвитку вітчизняного туризму слід виділити нерозвиненість готельного господарства і транспортної інфраструктури, недостатню рекламну підтримку іміджу туризму країни за кордоном, недостатню розвиненість інфраструктури відпочинку і розваг. Окремою проблемою є недосконалість інституціонального базису – відсутність єдиного центрального органу виконавчої влади і регулювання туризму, невраховуючи Державну службу туризму і курортів при Міністерстві культури і туризму, яка немає достатніх повноважень, крім видачі ліцензій на діяльність турагенцій та туроператорів. Прийнята цільова програма розвитку туризму практично не фінансується. Експерти відзначають, що в Україні немає справжньої конкуренції між готелями, а ціни на готельні послуги надмірно високі.

Аналіз конкурентних переваг Болгарії на ринку туристичних послуг підтверджує необхідність активних дій держави, націлених на створення умов стабільного розвитку туризму в Україні:

1) удосконалення нормативно-правового поля регулювання діяльності сфери туризму; створення національних туристичних організацій, наділених значними повноваженнями і фінансовими ресурсами; забезпечення умов для особистої безпеки туристів;

2) розвиток і удосконалення туристичної інфраструктури, в тому числі суміжної (транспорт, громадське харчування, індустрія розваг); збереження об'єктів національного надбання (заповідники, національні парки, пам'ятники природи, історії і культури) шляхом консигнаційних угод і цільового фінансування будівництва об'єктів інфраструктури, проведення природоохоронних заходів;

3) рекламно-інформаційне іміджеве просування країни як сприятливої для туризму на світовому і внутрішньому туристичних ринках, підвищення якості туристичних і супутніх послуг;

4) стимулювання залучення приватних інвестицій в розвиток об'єктів туристичної інфраструктури через надання податкових пільг, преференцій щодо купівлі чи оренди земельних ділянок, гарантій отримання кредитів, зменшення розмірів комунальних платежів.