

до Європейського Союзу, темпи зростання рівня заробітної плати занадто повільні. Спостерігаються невідповідність встановлення державою мінімального рівня заробітної плати та прожиткового мінімуму. Подальше вдосконалення розробок економічних методів та мотивацій управління персоналом промислових підприємств передбачає застосування математичного моделювання.

### Література

1. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М. – 1997. – С. 36–38.
2. Гольдфарб А. Г. Среда формирования и реализации трудового потенциала промышленного предприятия / А. Г. Гольдфарб // Науч.-техн. сб. – № 59. – 2004. – С. 235–237.
3. Бондаренко О. О. Трудова мотивація : проблеми та розвиток / О. О. Бондаренко // Економіка та держава. – 2005. – № 4. – С. 65–66.
4. Фицик Л. А. Проблемы мотивации сельскогосподарської праці в контексті пріоритетів аграрної політики / Л. А. Фицик // Зб. наук. пр. Уманської держ. аграрної академії. – Вип. 52. – К. – 2001. – С. 334–338.
5. Правильев О. В. Проблемы зайнятості населення та основні напрямки їх вирішення / О. В. Правильев // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – К. : Наук.-дослід. екон. інститут. – 2004. – Вип. 7. – С. 56–60.
6. Статистична інформація по Хмельницькій області за 2009–2010 рр. на офіційному сайті Головного Управління статистики у Хмельницькій області. – [http : // statbrd.ic.km.ua/ukr/index.htm](http://statbrd.ic.km.ua/ukr/index.htm).

УДК 338.487:659.113.2

О. А. КУРНОСОВА, А. А. ПАЛАМАРЧУК  
Автомобильно-дорожный институт ДонНТУ

## АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В УКРАИНЕ

*У статті розглянуто сучасний стан ринку туристичних послуг в Україні, проведено аналіз показників діяльності ліцензованих підприємств туристичного бізнесу України, виявлено існуючі проблеми в розвитку ринку туристичних послуг.*

*The article reviewed the current state of the market of tourist Ukrainian services, the analysis of the performance of licensed enterprises of tourist business in Ukraine, the existing problems in the development of the market of tourist services.*

Глобализация мирового хозяйства, вступление Украины в ВТО свидетельствуют об усилении интеграции украинской экономики в мировое пространство, где международный туризм является одним из самых высокодоходных (третье место после топливно-энергетического и военно-промышленного комплексов) и динамично развивающихся видов экономической деятельности. Учитывая географические, природные и климатические особенности нашей страны, туристический бизнес может стать перспективной сферой развития национальной экономики. Это связано с тем, что в современных условиях туризм оказывает существенное влияние на такие ключевые секторы хозяйства, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и др., и следовательно, выступает катализатором социально-экономического развития и роста благосостояния граждан.

Актуальность затронутых вопросов обуславливает высокий интерес к ним со стороны ученых и специалистов-практиков. Так, проблемы развития туристического бизнеса в Украине рассмотрены в работах Сидоровой А.В., Димеденко И.В., Кифяк В.Ф., Гук Н.А., Тарасова О.А. и др. Вместе с тем, в настоящее время отсутствует эффективный механизм управления, который бы с учетом национальной специфики способствовал устойчивому развитию туристического бизнеса на микро- и макроуровнях.

**Цель статьи** – на основе исследования современных тенденций развития туристического рынка Украины оценить его современное состояние, выявить позитивные и негативные моменты и определить перспективы повышения эффективности туристического бизнеса на всех уровнях.

Туристический рынок представляет собой сферу экономических отношений между производителями (туристическими предприятиями) и потребителями туристического продукта (туристами), в которой совершается процесс превращения туристских услуг (продуктов) в денежные средства и обратно. В широком смысле под туристическим продуктом (услугой) понимают совокупность вещественных (предметов потребления) и невещественных (в форме услуг) благ, выраженных в стоимостном виде, необходимых для удовлетворения потребностей туристов, возникающих в период их туристических поездок [1, с. 9].

В Украине главными предпосылками развития частных туристических предприятий, как новой формы предпринимательской деятельности, являются наличие в стране отношений, позволяющих реализовать новые проекты в тех сферах, которые будут востребованы потребителями, рост безработицы, что заставило часть трудоспособного населения искать пути получения дохода в сфере туризма, информатизация общества, упрощенная система учета, контроля и отчетности. Изменение правил лицензирования способствовало структури-

зации туристического рынка. Информационная база официальных статистических наблюдений в сфере туристического бизнеса, несмотря на её неполноту, несовершенство и недостаточную сравнимость, позволяет дать обобщенную статистическую оценку и отследить тенденции в изменении межотраслевого комплекса Украины. В таблиці 1 приведена динамика показателей деятельности лицензированных предприятий туристического бизнеса в Украине в 2000–2009 гг.

Таблица 1

**Динамика показателей деятельности предприятий туристического бизнеса в Украине в 2002–09 гг.**

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Количество действующих предприятий, ед.	2448	2652	3134	3864	2519	2828	3052	3833	4631	4575
Численность работающих, тыс. чел.	33,2	37,9	29,7	50,3	23,5	20,9	21,7	22,7	23,6	22,2
Объем реализации туристических услуг, млн грн.	803,6	1206,7	1386,1	2093,2	2138,7	2759,8	3785,5	5500	8052	5800
Объем платежей в бюджет, млн грн.	111,55	126,78	136,17	169,06	98,12	112,9	131,3	174	208,1	148,3

*Источник:* [2; 3].

Анализ данных таблицы 1 показывает, что количество предприятий, фактически занимающихся туристической деятельностью в 2009 г., составило 4575 предприятий, из которых 31 % являлись туроператорами, 69 % – турагентами. В 2009 г. туристическую деятельность осуществляли 64,3 % лицензиатов, в то время как в 2008 г. фактически работали 75,8 % туристических предприятий. В связи с масштабной структуризацией туристического рынка в 2004 г. отмечено резкое снижение численности работников на предприятиях, занимающихся туристическим бизнесом в Украине на 26,8 тыс. чел. или 46 %. В 2009 г. численность работников предприятий туристического бизнеса составила 22,2 тыс. чел., что на 4 % меньше по сравнению с 2008 г. Отмеченные тенденции, прежде всего, обусловлены тем, что в своей деятельности предприятия туристического бизнеса сталкиваются со многими проблемами: нестабильностью налоговой политики, недостаточной поддержкой со стороны государства, нехваткой собственных денежных средств, неплатежеспособностью потребителей туристических услуг, несовершенством правовых актов, регулирующих туристическую деятельность, неудовлетворительным состоянием инфраструктуры туризма, дефицитом инвестиций, низким качеством украинского туристического продукта, необъективностью средств массовой информации [4, с. 62]. Все названное существенно снижает эффективность и привлекательность туристического бизнеса в Украине.

Важным элементом в управлении развитием туристического бизнеса является взаимосвязь государственного бюджета с региональными бюджетами. Однако, влияние предприятий туристического бизнеса на формирование местных бюджетов в Украине пока незначительно. Так, в период 2005–2008 гг. наблюдался рост платежей в государственный бюджет. По итогам 2009 г. отмечается снижение платежей в бюджет на 6 % по сравнению с 2008 г. и составляет 148,3 млн грн. В среднем по расчетам на одного лицензиата в 2009 г. приходилось более 32 тыс. грн платежей в бюджет, что на 5 % меньше, чем в 2008 г. Прежде всего, такое положение обусловлено снижением активности туроператоров в связи с глобальным экономическим кризисом. Кроме того, это объясняется уменьшением количества туристических предприятий вследствие изменения законодательства в данной сфере, значительно ухудшившим положение малого бизнеса в Украине, что не способствует легализации субъектов туристической деятельности.

В региональном отношении имеют место диспропорции в развитии туристического бизнеса. Так, в 2008 г. существенное увеличение объемов оказанных туристических услуг зарегистрировано в Ивано-Франковской (на 102 % или на 55,8 тыс. грн), Днепропетровской (на 42 % или на 115,1 тыс. грн), АР Крым (на 20,5 % или на 129,7 тыс. грн) и в г. Киеве (на 58 % или на 1863,0 тыс. грн). Наиболее высокий прирост объемов оказанных туристических услуг в 2008 г. обеспечили предприятия Львовской (63 %), Харьковской (59 %), Киевской (42 %), Донецкой (34 %) областей. Это объясняется тем, что указанные регионы имеют развитую туристическую инфраструктуру, туристический сервис и способны обеспечить разнообразный спрос на рынке как внутреннего, так и зарубежного туризма.

Динамика туристических потоков в Украине за период 2000–2009 гг. представлена на рис. 1. В 2009 г. было обслужено: иностранных (въездных) туристов – 229,1 тыс. чел. (на 27 % меньше, чем в 2008 г.); зарубежных (выездных) – 695,3 тыс. чел. (на 34 % меньше, чем в 2008 г.); внутренних туристов – 967,4 тыс. чел. (на 10 % меньше, чем в 2008 г.).

Государство заинтересовано, чтобы развивался въездной туризм, поскольку это один из источников роста валютных поступлений. Динамика въезда иностранных граждан в Украину в 2000–2008 гг. показывает стабильный рост посещаемости иностранными туристами Украины. Так, в 2000 г. Украину посетили туристы из 168 стран мира, в 2001 г. – из 172, в 2002 – из 173, в 2003 г. – из 178, в 2008 г. – из 194. В 2008 г. в Украину въехало 372,8 тыс. посетителей. Следует заметить, что в 2000–2008 гг. рост посещений Украины иностранными гражданами был связан с увеличением транзитного потока через Украину в страны СНГ. Наша страна расположена на перекрестке важных железнодорожных, автомобильных и авиационных магистралей между Европой

и Азией, имеет порты Черного и Азовского морей, что позволяет обеспечивать связи с рядом стран (Казахстаном, Грузией, Молдовой, Россией, Турцией, Арменией, Таджикистаном).



Рис. 1. Динамика туристических потоков в Украине за 2000–2009 гг.

Источник: [3].

Вместе с тем, результаты исследования въездного туризма в 2009 г. свидетельствуют о снижении численности иностранных (въездных) туристов в Украине (на 27 % меньше, чем в 2008 г.). Такие изменения произошли за счет уменьшения числа поездок по всем видам мотивации: снизился объем организованного туризма (на 24 %), служебных поездок (на 23 %), частного туризма (на 18 %). Структура въездного туристического потока характеризуется такими изменениями: доля организованного туризма уменьшилась с 8 % в 2008 г. до 7 % в 2009 г., доля частного туризма увеличилась с 88 % в 2008 г. до 89 % в 2009 г., доля служебных поездок в 2008–2009 гг. составляла 4 % (рис. 2).

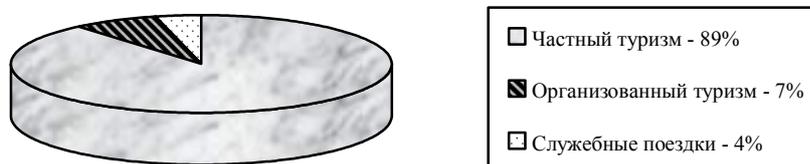


Рис. 2. Структура въездного туризма в Украине в 2009 г.

Источник: [2].

В 2009 г. снижение въездного турпотока произошло за счет уменьшения количества путешествующих из стран ЕС: Польши (на 52 % или на 2,2 млн человек), Словакии (на 20 % или на 111,5 тыс. человек), Венгрии (на 30 % или на 250,1 тыс. человек), Германии (на 6 % или на 12 тыс. человек), Румынии (на 27 % или на 301,2 тыс. человек); из стран СНГ: Азербайджана (на 15 % или на 9,3 тыс. человек), Беларуси (на 9 % или на 244 тыс. человек), Грузии (на 26 % или на 10,1 тыс. человек), Казахстана (на 13 % или на 5 тыс. человек), России (на 9 % или на 533,4 тыс. человек). Информация о структуре въездного туризма важна для определения политики государства в сфере туристического бизнеса на международном уровне. С ее помощью государство и предприятия туристического бизнеса могут учесть в планировании своей деятельности особенности и предпочтения иностранных туристов. В настоящее время Украина по своим природным, материальным и духовным богатствам полностью отвечает необходимым требованиям для становления и развития туристическо-рекреационных предприятий, зон и центров.

Количество украинских граждан, выезжающих за границу, в период с 2000–2009 гг. динамично изменялось: 2000–2006 гг. характеризовались увеличением численности выехавших туристов из Украины, в 2007 г. произошел резкий спад заинтересованности отечественных туристов в зарубежный поездках (на 61,3 % меньше, чем в 2006 г.), а в 2008 г. – неожиданный рост численности выехавших туристов (увеличилась в 4 раза, по сравнению с 2007 г.). Основной целью выезда граждан из страны в 2009 г. являлись частные поездки – 85 %, организованный и служебный туризм составили 10 % и 5 % соответственно. Следует отметить, что большинство граждан Украины отдают предпочтение отдыху за границей, где высокое качество обслуживания туристов, формирование программы и маршрута поездки, места размещения (рис. 3).

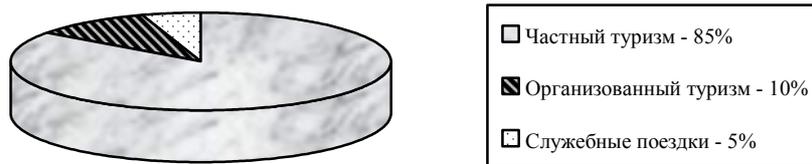


Рис. 3. Структура выездного туризма в Украине в 2009 г.

Источник: [2].

У 2009 г. наблюдалось уменьшение числа выехавших туристов (на 34 %). Это произошло вследствие мирового экономического кризиса, который существенно повлиял на доходы населения и заставил людей экономить средства. Выездной турпоток уменьшился за счет поездок с целью организованного туризма (в Египет, Польшу, Германию, Россию, Чехию) и служебных поездок (в Белоруссию, Турцию, Россию, Словакию, Венгрию). В частных поездках в 2009 г. наблюдался рост за счет количества уезжающих украинских туристов в Великобританию (на 38 %), Польшу (на 57 %), Молдову (на 4 %), Венгрию (38 %) и Германию (на 7 %).

На современном выездном туристическом рынке Украины наблюдаются такие тенденции развития: упрощаются условия выезда туристов; вводится политика валютного регулирования, позволяющая легитимное обращение и вывоз валюты; выделяется сегмент населения, обладающий достаточной платежеспособностью для зарубежных поездок; расширение деловых контактов и сотрудничество Украины с зарубежными партнерами; отмечается интенсивное продвижение иностранного туристического продукта в Украину; изменяется структура потребления населения в пользу туристических услуг [4, с. 70].

Составным элементом туристического бизнеса в Украине является внутренний туризм, имеющий большое значение в улучшении организации активного отдыха и оздоровления населения, развитии экскурсионной деятельности. В 2009 г. в сегменте внутреннего турпотока было зафиксировано уменьшение на 967,4 тыс. чел. или на 10 %, по сравнению с 2008 г.

На наиболее развитые туристические центры г. Киев, АР Крым, Харьковскую, Днепропетровскую, Львовскую и Донецкую область, в настоящее время приходится 49,5 % общего числа внутренних туристов. Активно развивается туристический бизнес в Прикарпатье, Тернопольской, Черкасской, Хмельницкой, Одесской, Донецкой и Луганской областях, где для его успешного развития, кроме природных и климатических ресурсов, важное значение, имеет наличие объектов историко-культурного наследия, выгодное географическое положение, развитая система транспортного сообщения. Именно поэтому целесообразно и далее поддерживать эти регионы на государственном уровне, предоставляя бюджетные средства на рекламно-информационные мероприятия их туристических продуктов на внешнем и внутреннем рынках.

В то же время неэффективно используется туристический и природно-рекреационный потенциал Винницкой, Кировоградской, Ровенской областей. Количество туристов, обслуженных предприятиями этих областей, не превышает 15,8 % общей численности. Учитывая наличие благоприятных для развития туристического бизнеса природных и климатических условий, целесообразно развивать туристическую инфраструктуру в Херсонской, Волынской, Полтавской и Николаевской областях, привлекая зарубежные инвестиционные ресурсы. В настоящее время туристический бизнес в этих регионах развивается медленно, при этом теряются возможности экономического роста и занятости населения. Для обобщенной оценки сильных и слабых сторон туристического рынка Украины, его возможностей и потенциальных угроз, была построена матрица SWOT-анализа (табл. 2).

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа туристического рынка в Украине

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Уникальные лечебные природные ресурсы	Недостаточно развитый сервис обслуживания
Уникальный климат Крыма и курортной зоны Карпат	Низкий международный имидж украинских курортов
Наличие известных курортов, сохранившихся со времен СССР	Неблагоприятный инвестиционный климат
Высокий уровень этнической терпимости	Незначительные налоговые поступления от туристической деятельности в доход бюджета
В достаточной мере развит выездной и внутренний туризм	Низкий уровень развития выездного туризма
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
Туристический и природно-рекреационный потенциал	Последствия глобального экономического кризиса
Высокий потенциал агропромышленного комплекса	Жесткая конкуренция
Геополитическое положение государства	Низкий платежеспособный спрос населения
Слияния и поглощения в сфере туризма	Нестабильное законодательство

Примечание: разработано авторами.

Таким образом, основные статистические показатели деятельности предприятий туристического бизнеса Украины позволяют сделать вывод, что Украина представляет собой крупный рынок туристических услуг, возможности которого не используются в полной мере. Отрицательно влияют на развитие внутреннего туристического потока несовершенство налоговой системы, сложная экономическая обстановка, снижение платежеспособности основной части населения, повышение цен на услуги, входящие в состав туристического продукта, неразвитость материально-технической базы индустрии гостеприимства и сферы услуг.

### Литература

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
2. Державна служба туризму і курортів України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – <http://tourism.gov.ua>.
3. Державний комітет статистики України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – <http://ukrstat.gov.ua>.
4. Сидорова А. В. Управление развитием предприятий туристического бизнеса : монография / А. В. Сидорова, И. В. Димеденко. – Донецк : Каштан, 2009. – 170 с.

УДК 658.14:338

Т. В. КУКЛІНОВА, В. П. ЯЦЕНКО  
Одеський державний економічний університет, м. Одеса

## КРЕДИТНЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

*Розглянуто особливості кредитного стимулювання розвитку малих та середніх підприємств. Запропоновані основні шляхи щодо створення кредитного механізму стимулювання розвитку малих та середніх підприємств в умовах загострення кризових явищ.*

*The features of credit stimulation of development of small and medium enterprises are considered. Basic ways are offered to create credit mechanism of stimulation of development of small and medium enterprises in the conditions of the crisis.*

Стимулювання розвитку малих та середніх підприємств (далі МСП) – одна з основних передумов економічного та соціального відродження України, Одеського регіону зокрема в умовах кризових явищ. Як свідчить світовий досвід, стимулювання розвитку МСП сприяє збільшенню обсягів виробництва і реалізації продукції; збільшенню питомої ваги продукції, яка виробляється МСП у валовому внутрішньому продукті; збільшенню надходжень до бюджетів всіх рівнів; підвищенню бізнес-культури та кваліфікації підприємців тощо. Питання про зростання ефективності стимулювання розвитку МСП постійно знаходяться в центрі уваги науковців, держави, різноманітних установ. Проблемам підвищення ефективності стимулювання розвитку МСП в економічній науці присвячені праці А.О. Білінова, З.С. Варналія, В.Г. Герасимчука, В.П. Грузінова, С.Ф. Покропівного та багатьох інших. Проте невирішеною залишається низка теоретико-методологічних питань щодо особливостей підвищення ефективності стимулювання розвитку малих та середніх підприємств у реальному секторі в умовах загострення кризових явищ.

**Метою** дослідження є визначення основних кредитних аспектів підтримки МСП як ефективного механізму стимулювання розвитку МСП, надання рекомендацій щодо вдосконалення кредитного стимулювання розвитку МСП в умовах загострення кризових явищ.

Незважаючи на ряд прийнятих останнім часом вищими органами державної влади та управління нормативних документів, розвиток МСП в Україні здійснюється в несприятливому макро- та мікросередовищі в умовах фінансової кризи [1–3]. Проведений аналіз діяльності суб'єктів малого бізнесу свідчить про те, що значна кількість новостворених МСП не може розпочати свою роботу через відсутність достатнього статутного капіталу, сировини та матеріалів, власних площ і обладнання, практичних навичок та підприємливості працівників у здійсненні бізнесу. Вони відчують проблеми виробничого характеру, труднощі в реалізації продукції, формуванні відповідної клієнтури. Через невеликі обсяги господарської діяльності деякі МСП неспроможні залучати кваліфікованих фахівців, наймати здібних робітників і забезпечувати їм високий рівень оплати праці.

На нашу думку, розвиток підприємств необхідно стимулювати як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні. Узагальнюючи результати аналізу факторів розвитку МСП, можна виділити внутрішні та зовнішні. Такий підхід покладено в основу системи класифікації чинників розвитку підприємства, яка об'єднує: зовнішні чинники, на які підприємство практично не має впливу (постачальники, споживачі, конкуренти, соціокультурне середовище, економічне середовище, природне середовище, науково-технічне середовище, політично-правове середовище, міжнародне оточення) та внутрішні, на яке підприємство може впливати (технологія виробництва, трудові ресурси, інноваційна діяльність). Відзначимо, що техніко-технологічні чинники є одночасно внутріш-