

Buch

Wilfried Trillenber, Serhiy Yuriy, Yevhen Savelyev.u.a.

**Globale und länderspezifische sozio-ökonomische Effekte, Berlin, 2012, 325 Seiten.**

S. 118-127

**Galyna Trillenber**

## **Die Potenzen der Ukraine zu ihrer Wettbewerbsverbesserung auf dem Weltmarkt für Tourismus**

### **Einleitung**

Die gegenwärtige Entwicklung der Weltwirtschaft ist sowohl durch eine Liberalisierung der internationalen Wirtschaftstätigkeit charakterisiert als auch durch eine intensivere Einbeziehung nationaler Branchenmärkte in das System des globalen Weltmarktes gekennzeichnet. Die Resultate der Wirtschaftstätigkeit hängen damit im wachsenden Maße von der Konkurrenzfähigkeit der nationalen Produkte ab, die damit in den Zugriff auf den weltweiten Markt gelangen, wodurch Branchenmärkte im zunehmenden Maße länderübergreifend sich zusammenfügen. Diese Charakteristik trifft besonders stark auf den internationalen Tourismus zu. Der Tourismus stellt sich in weiten Bereichen als eine internationalisierte Sphäre der Zusammenarbeit dar.

Die Dienstleistungen für einen Touristen, ob dies nun eine Einzelperson oder eine Gruppe ist, unabhängig in welchem Bereich er sich bewegt, stellen eine Zusammenstellung von unterschiedlichen Anbietern dar. Damit gibt es in der Tourismusbranche sowohl Produzenten und Anbieter von Produkten und Dienstleistungen als auch Koordinatoren für ihre Auswahl nach den Bedürfnissen der konkreten Touristen. Meist ist der Tourist selbst gar nicht mehr in der Lage, seine Bedürfnisse selbständig mit den angebotenen Produkten und Leistungen zu koordinieren.

Zu den herausragenden Charakteristiken des Tourismus gehört seine ständige Veränderung durch seine Dynamik, Mobilität, Tempo und schnelles Reagieren auf Veränderungen in der Weltwirtschaft und Weltpolitik.

Ein Wachstum der weltweiten Einkommen wirkt auf eine Verstärkung der Touristenströme in der Urlaubszeit. Eine Zunahme der internationalen Produktion- und Handelskooperationen führt zu vermehrten Dienstreisen der Wirtschaftsagenten. Die Zunahme internationaler wissenschaftlicher Projekte erhöht die Reisetätigkeit im Bereich des Kongresstourismus und den Austausch von Wissenschaftlern über Ländergrenzen. Zunehmend auf die Zahl von Reisenden und zeitweise im Ausland Wohnende wirkt auch die weitere Verbreitung von Abschnitten des Studiums an Hochschuleinrichtungen verschiedener Länder. Dem gegenüber wirken politische Krisen abschreckend auf Touristenströme, wie in den letzten beiden Jahren in Nordafrika zu beobachten, als es in einigen Ländern zu einem teilweise mit Waffengewalt erzwungenen Wechsel an der politischen Macht gekommen ist. Wirtschaftliche Krisen führen ebenfalls zu Verunsicherungen für die Annahme bestimmter Reiseangebote, so geschehen in Griechenland in Verbindung mit der hohen Staatsverschuldung und den mit ihrer Liquidierung verbundenen Protestaktionen im Lande selbst.

Nachfolgend sollen einige Einflussfaktoren untersucht werden, die auf eine Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit von Tourismusprodukten der Ukraine wirken können. Dabei soll besondere Beachtung finden die Nutzung der entsprechenden Faktoren, als auch die Hierarchie der Wirkung von Faktoren und die verstärkte Einbeziehung neuer Komponenten. Dabei werden die menschlichen, physischen und Wissensressourcen sowie Technologien betrachtet, aber ebenso die Wirkungen aus dem Zustand der Infrastruktur.

## Zur Ressourcenstruktur

Im Bezug auf die **menschlichen Ressourcen** im Tourismusbereich der Ukraine erscheint einerseits das Bild einer großen Menge von Arbeitskräften im Dienstleistungsbereich auf dem Tourismusmarkt, andererseits aber auch ein Mangel an qualifizierten Fachkräften auf einigen Gebieten der touristischen Dienstleistungsangebote, die nicht den weltweit existierenden und durch Ausländer auch in der Ukraine erwarteten Standards entsprechen. Die Mehrheit der Angestellten in den Firmen und Organisationen des Tourismusbereichs verfügen nicht über die notwendige auf den Tourismusbereich orientierte Fachausbildung. Dies liegt auch daran, dass eine große Anzahl von Ausbildungseinrichtungen erst in den letzten Jahren begann, eine moderne Ausbildung anzubieten. [1] Dies hängt auch damit zusammen, dass die Ausbildung von Personal im Tourismusbereich recht komplex mit Systemcharakter sein muss, wobei verstärkt auch ausländische Ausbildungskonzepte und Ausbildungsinhalte verstärkt genutzt werden müssen. Projekte mit praxisnahen Simulationen für Trainingshotels und anderen Tourismusdienstleistungen sind in der Ukraine kaum anzutreffen. Theoretische Ausbildung mit Betriebspraktika sind die noch am weitesten verbreiteten Ausbildungsmethoden.

Die **physischen Ressourcen** der Ukraine sind durch ihre Vielfalt und Konzentration auf verschiedene Landesregionen charakterisiert. Das Land hat ausreichende Bedingungen für die Entwicklung der Tourismusbranche und ihre Angebote auf den Außenmärkten: es gibt bedeutende Tourismus- und Erholungspotentiale, die man zwei Richtungen zuordnen kann: die naturgebundenen geografisch konzentrierten Bereiche (nach Klimazonen in verschiedenen Landesregionen, nach Meeresstränden am Schwarzen Meer, nach Bergzonen im Karpatengebiet, Gesundheitsförderung durch verschiedene Naturquellen und Naturheilverfahren und ähnliche Ressourcen, wie Jagd- und Fischereitourismus) und die nationalen historisch-kulturellen Standorte. Dazu gehören sowohl historische Denkmale, als auch kirchliche Einrichtungen und zahlreiche Museen auf den unterschiedlichen Kultur- und Wissensgebieten, sowohl in der Hauptstadt Kiew als auch in anderen Großstädten und ländlichen Gebieten. Allerdings werden die physischen Ressourcen in der Ukraine gegenwärtig nur zu 7 – 9 % genutzt, da die mit den entsprechenden Standorten verbundenen touristischen Dienstleistungen nur schwach entwickelt sind, oder ihre Anbindung an Verkehrssysteme unzureichend ist. .

Die **Wissensressourcen** in der Art von Druckmedien und elektronischen Ausgaben auf dem Gebiet der Reklame sind durch eine nur geringe Anzahl und in ihrer Qualität unzureichend kennzeichnend. Die Ukraine verfügt kaum über Druckerzeugnisse im Reklamebereich, die ein positives Image der Ukraine so vermitteln, wie dies in ausländischen Tourismusregionen üblich ist. So existieren beispielsweise in Frankreich und Spanien in allen größeren Städten Tourismusbüros, die zu den Möglichkeiten der Region eine Masse von Informationen an Touristen geben. In Großbritannien werden Touristen nicht nur an große Hotels vermittelt, sondern auch an kleine und private Unterkünfte, womit das Kleinbusiness im nationalen Tourismusbereich unterstützt wird.

Was die **Technologieressourcen** im Tourismusbereich angeht, so betreffen sie hauptsächlich die Computerausstattung und die Kommunikationstechnologien. Weltweit ist es Normalität, dass das System der Informationstechnologien im Tourismus in der Reservierung, bei Telekonferenzen, bei Videotexten, bei Videoinformationen, bei Management-Systemen, bei Druckverfahren, bei elektronischen Informationssystemen der Fluggesellschaften, bei der elektronischen Rechnungsübermittlung, bei elektronischen Zahlungssystemen, bei der Digitaltelephonie und bei den Handy-Systemen zur Anwendung kommt. Viele dieser Systeme sind untereinander verbunden. In der Ukraine besteht eine gute Anbindung an das Internet in allen Städten. Dagegen gibt es in den ländlichen Gebieten noch großen Nachholbedarf. Die Ukraine steht unter der internationalen Kritik durch die Verwendung nichtlizenzierter Software auf vielen Gebieten. Die existierenden Systeme zur Nutzung des Mobilfunks bei Handys ist gut entwickelt und könnte als schnell einzubringende Reserve für die Übermittlung von Informationen und für die Koordination von Tourismusdienstleistungen relativ schnell stärker genutzt werden.

Eins der größten Probleme der Ukraine bei ihrer Repräsentanz auf dem Weltmarkt für Tourismusdienstleistungen sind ihre begrenzten **finanziellen Ressourcen**. Es fehlt an Investoren

sowohl aus dem Inland als auch aus dem Ausland und einer entsprechenden steuerlichen Motivation. Unter den ausländischen Investoren haben gegenwärtig in der Ukraine die russischen Investoren die größte Bedeutung. Sie sind fast ausschließlich auf die Erschließung der touristischen Möglichkeiten der Halbinsel Krim ausgerichtet, um hier das Erholungspotential für Touristen aus Russland und besonders aus dessen Hauptstadt Moskau zu erweitern.

Die Finanzierung von ökologisch wichtigen Programmen für die Erhaltung der Natur und von Programmen zur Erhaltung historischer Denkmäler der Architektur wird gegenwärtig größtenteils durch den zentralisierten Staatshaushalt und durch die örtlichen Gemeindehaushalte gesichert.

Besonders schwach entwickelt sind in der Ukraine die Angebote im **Ressourcenbereich Infrastruktur**. Besonders das Verkehrswesen ist hinter den modernen Anforderungen zurück geblieben. Im Tourismusbereich der Ukraine liegt einer der notwendigen Investitionsbereiche in der Entwicklung der touristischen Infrastruktur. Ungeachtet der zahlreichen und potentiell gut nutzbaren Tourismusstandorte in der Ukraine ist ihre schwache Nutzung der unterentwickelten Infrastruktur geschuldet. Dies sind sowohl schlechte Transportwege als auch ungenügende Versorgungsdienstleistungen bei Wasser und Energie. Selbst Bulgarien und die Türkei weisen auf dem Gebiet der Infrastruktur bessere Eigenschaften auf als die Ukraine. In erster Linie müssen die Straßenverbindungen so verbessert werden, das ein zügiger Autobusverkehr und auch Individualverkehr mit PKW von den Landesgrenzen bis zu den Tourismusstandorten möglich wird. Dafür ist sowohl ein Ausbau von Straßen in der Breite als auch in der Qualität einer geschlossenen Asphaltdecke erforderlich. Beim Eisenbahnverkehr sind Hochgeschwindigkeitsstrecken und Hochgeschwindigkeitstriebzüge erforderlich mit mehr Bequemlichkeit sowohl für Kurzstrecken. Als auch Langstreckenfahrten. In der Ukraine gibt es zahlreiche ungenutzte Flugplätze, deren Ausbau eine schnellere und bequeme Touristenbeförderung ermöglichen würde.

### **Zum Nachfragepotential bei touristischen Produkten**

Die Konkurrenzfähigkeit bestimmter touristischer Produkten ist an ihrer Nachfrage bestimmbar. Die Nachfrage nach touristischen Produkten innerhalb der Ukraine hat eine steigende Tendenz, da besonders durch den Preisaufschlag für Visa ins Ausland, ukrainische Pauschalreisen für die Ukrainer selbst preislich vorteilhaft sind. Ein weiteres Moment für die gesteigerte Nachfrage innerhalb der Ukraine sind die so genannten „Sozialreisen“, die ganz oder teilweise durch Gewerkschaften oder Unternehmen bezahlt werden.

Von der geographischen Struktur her werden innerhalb der Ukraine besonders in drei Richtungen touristische Angebote nachgefragt: die Westukraine, die Krim und Kiew mit Umland. Diese drei Richtungen werden auch aus dem Ausland nachgefragt. Damit gibt es in diesen drei regionalen Tourismusmärkten der Ukraine sowohl eine starke Inlandsnachfrage als auch Auslandsnachfrage. Dies wirkt sich positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der nationalen Tourismusprodukte auf dem Welttourismusmarkt aus. Durch die Zunahme der Zahlungsfähigkeit der ukrainischen Bevölkerung vergrößert sich die Nachfrage nach qualitativ höherwertigen Tourismusprodukten innerhalb der Ukraine. Aber gegenwärtig bleibt der überwiegende Teil der „elitären“ Tourismusangebote ausländischen Kunden vorbehalten. Daher wirken auf die Entwicklung der „elitären“ Tourismusangebote hauptsächlich die Nachfragen aus dem Ausland.

Neben den genannten drei Hauptregionen der Tourismusangebote gibt es weiterhin einige Orte an der Schwarzmeerküste hauptsächlich mit innerer Nachfrage, weil die Infrastrukturbedingungen den ausländischen Anforderungen nicht entsprechen.

Seit einigen Jahren nimmt in der Ukraine die Bildung von Reiseorganisationen zu. Mit traditionellen Tourismusangeboten kann die innere Nachfrage voll befriedigt werden. Es wächst die Nachfrage nach neuen touristischen Produkten und Dienstleistungen. Daher bieten eine ständig wachsende Anzahl von Reiseveranstaltern neue Tourismusprodukte an. Damit wird auch der Versuch unternommen, durch den Konkurrenzdruck die Preise nicht senken zu müssen. Gleichzeitig wird versucht, durch neue Produkte und Dienstleistungen Angebote verstärkt für ausländische Touristen zu entwickeln und eine

Nische auf dem Weltmarkt einzunehmen. Es wird der Versuch unternommen, touristische Dienstleistungen zu kopieren aus Ländern, die ähnliche klimatische und geographische Bedingungen aufweisen und daraus touristische Angebote entwickeln. Das Ziel ist es, vermehrt ausländische Touristen mit attraktiven Angeboten ins Land zu holen. Dies betrifft sowohl den organisierten als auch den individuellen Tourismus durch Ausländer in der Ukraine.

### **Zur Entwicklung des Potentials von den Tourismus unterstützenden Branchen**

Für den Erfolg der Tourismusbranche ist von hoher Bedeutung, von welcher Qualität die Produkte und Leistungen der Zulieferer sind. Ebenso wichtig ist das Preis-Leistungs-Verhältnis, um touristische Produkte in unterschiedlichen Preisgruppen anbieten zu können.

Materielle Güter für die Tourismusbranche werden hauptsächlich aus der Nahrungsgüterbranche und aus Unternehmen der Leichtindustrie benötigt. Auf diesen Gebieten kann die ukrainische Industrie sowohl auf dem Binnenmarkt als auch auf den Außenmärkten konkurrieren. Dies ist auch dadurch gesichert, weil ein Großteil der Unternehmen in diesen Bereichen mit ausländischer Kapitalbeteiligung tätig ist und einen Teil seiner Produkte mit der Orientierung auf Auslandsmärkte produziert.

Die Dienstleistungen im Beherbergungsbereich und im Transportbereich befinden sich dagegen mit einem großen Anteil auf einem schwachen Niveau und zeigen Probleme im Vergleichswettbewerb mit ausländischen Anbietern. In der Ukraine hat derzeit nur ein geringer Anteil der Hotels ein Niveau seiner Dienstleistungen, das den Erwartungen ausländischer Touristen entspricht. Ebenso entsprechen die relativ hohen Preise für diese Dienstleistungen nicht den vergleichbaren Angeboten in anderen wichtigen Tourismusländern. Im Rahmen der Preispolitik im ukrainischen Tourismusbereich sollten beim Preis-Leistungs-Verhältnis die Standards in ausländischen Tourismusregionen stärkere Beachtung finden.

Unter den harten Wettbewerbsbedingungen kann ein Hotel nur dann erfolgreich funktionieren, wenn moderne Informationstechnologien genutzt werden. Dabei helfen nicht ausgewählte Technologien, sondern die komplexe Anwendung der automatisierten Systeme. Es wird geschätzt, dass gegenwärtig gut  $\frac{3}{4}$  der Hotels an moderne Informationssysteme angeschlossen sind und auch innerhalb des Hotels moderne Technologien genutzt werden. Als Ziel für die Entwicklung des touristischen Business im Hotelgewerbe wird an den Marken Marriott, Hilton, Sheraton, Accor und weiteren, wie Premier Hotels orientiert. Bisher wurden Entwicklungserfolge besonders in der Hauptstadt Kiew erreicht.

Neben den materiellen Gütern sind für die Entwicklung des Tourismus die Verkehrswege von besonderer Bedeutung. Wenn in den hauptsächlichen Tourismusländern fast  $\frac{2}{3}$  der Touristenbeförderung über Straßen erfolgt, so ist dies auch eine Orientierung für die Ukraine. Das System der Autostraßen in der Ukraine muss grundlegend rekonstruiert werden. Dazu gehört nicht nur der einwandfreie Belag auf den Straßen, sondern auch die Einrichtung von Parkplätzen mit Dienstleistungseinrichtungen, wie Tankstellen, Werkstätten, Kinderspielplätzen, Hotels, Restaurants, Kommunikationseinrichtungen.

Die Entwicklung von Transportsystemen und Tourismusförderung muss in einer Einheit erfolgen, dann haben auch beide Branchen ihren Vorteil daraus. Dafür ist auch die Einbeziehung privaten Kapitals sowohl aus der Ukraine als auch aus dem Ausland für die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur erforderlich.

Gegenwärtig kann die Ukraine vier transnationale Verkehrskorridore nutzen. Dazu zählt der Wasserkanal über den Fluss Donau. Weiterhin zählen zu diesen Korridoren drei Landverbindungen: 1) von Berlin über Krakow, Lwiv nach Kiew; 2) von Lissabon über das Karpatenvorland nach Kiew; 3) von Helsinki über St. Petersburg, Kiew, Odessa nach Alexandrupolis (Griechenland). Teile dieser Verkehrskorridore befinden sich gegenwärtig in der Phase der Rekonstruktion. Diese Rekonstruktion erfolgt im Rahmen des Staatsprogramms zur Entwicklung und zum Erhalt der nationalen Abschnitte der internationalen Transportkorridore. Durch den Ministerrat der Ukraine wurde beschlossen, 90% der durch den Staat geförderten Tourismuszentren mit modernen Autostraßen nach dem Vorbild der

Autobahnen zu verbinden. Dazu sollen dann von den einzelnen Tourismusobjekten örtliche Zubringerstraßen gebaut bzw. rekonstruiert werden. Unter dem Einsatz staatlicher und privater Investitionen und der Vergabe von Konzessionen wird ausgabenseitig von 10 Milliarden Euro ausgegangen. Nach 3-5 Jahren sollen diese Ausgaben durch die Einnahmen aus dem wachsenden Tourismusbereich und einsparenden Verbesserungen im Autoverkehr gedeckt sein.

Neben dem Netz der Autostraßen sind für die Entwicklung des Tourismus in der Ukraine das Netz der Eisenbahnlinien und besonders die Teilstücke der internationalen Eisenbahnkorridore von Bedeutung. Nach Schätzungen wird davon ausgegangen, dass gegenwärtig annähernd 70 % der Touristen mit der Eisenbahn in die Ukraine einreisen.

Mit der Rekonstruktion des Netzes von Autostraßen und Eisenbahnlinien sollen verstärkt Reklamehinweise zur Anwendung kommen, die auf nahe liegende touristische Objekte verweisen. In der Regel sollen diese Objekte in einer Entfernung bis zu 50 Kilometern von den Ausfahrten der Autobahnen und den Haltepunkten der Eisenbahn liegen, um von den potentiellen Touristen bequem erreichbar zu sein. Diese verkehrsmäßigen Netzwerke sollen unter der Bezeichnung „Touristenkorridore“ bekannt gemacht werden. Zu diesen „Touristenkorridoren“ sollen weitere regionale Touristenstandorte in örtlicher Verantwortung hinzugefügt werden.

Die Nutzung des Tourismuspotentials unter den Bedingungen des internationalen Wettbewerbs in der Ukraine hängt in hohem Maße von der Regierungspolitik in Kiew ab. Das System der Nutzung des Potentials in der Ukraine durch staatliche Förderung ist relativ schwach entwickelt. Bei der Organisation von touristischen Maßnahmen für ukrainische Kinder und Jugendliche in der Ukraine selbst werden durch den Staat steuerliche Vergünstigungen gewährt. Das Staatskomitee für Tourismus und Kurortverwaltung ist aktiv auf dem Gebiet der Zertifizierung von Hotels und ihre Zuordnung in Kategorien. Der Staat ist ebenfalls aktiv bei der Festlegung der Preise für öffentliche und private Beförderungsleistungen.

Gegenwärtig lässt sich einschätzen, dass ungeachtet staatlicher Entwicklungsprogramme auf dem Gebiet des Tourismus die aktive Unterstützung des Staates für eine Verbesserung der Wettbewerbsposition der ukrainischen Tourismusunternehmen noch zu Wünschen offen lässt. So hat die Steuerpolitik, die Antimonopolgesetzgebung, die Regulierungspolitik und Förderung für Investitionstätigkeit in der Ukraine kaum Einfluss auf eine bessere Nutzung des Tourismuspotentials sowohl im Rahmen des nationalen Tourismusmarktes als auch für Angebote der Ukraine auf dem Weltmarkt für Tourismusleistungen.

### **Forderungen für staatliche Unterstützung**

Im Sinne der Konzentration der staatlichen Tourismuspolitik sollten die zwei bestehenden Organe in der Ukraine, die für die Entwicklung im Tourismusbereich zuständig sind in einer Institution vereinigt werden. Bisher befindet sich die Entwicklung des Tourismus in der Verantwortung des Ministeriums für Kultur und Tourismus und des Staatskomitees für Tourismus und Kurortverwaltung.

Neben dem Einheitsorgan für die Führung des Tourismus im staatlichen Bereich gilt es auch die nichtstaatlichen Strukturen (Aktiengesellschaften, Privatfirmen und Assoziationen) einzubeziehen in die Gesamtpolitik zur Entwicklung des internationalen Tourismus in der Ukraine. Da die staatliche Tourismuspolitik hauptsächlich auf die Stimulierung des landesinneren Tourismus zielt, der aber auch auf die einreisenden ausländischen Touristen Einfluss hat, muss diese Politik auch auf die soziale Politik in den Regionen sich fördernd auswirken, d.h. auf eine Zunahme der Realeinkommen der Bevölkerung der Ukraine ausgerichtet sein.

Einer der wichtigsten Einflüsse auf die Entwicklung sowohl des inneren als auch des ausreisenden Tourismus hat das Einkommensniveau der Bevölkerung. Die direkte Verbindung zwischen den Tendenzen der Entwicklung einzelner Bereiche des Tourismus, der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung und der Entwicklung des Einkommensniveaus der Bevölkerung muss unbedingte Beachtung finden.

Der Tourismusmarkt reagiert sehr direkt auf Veränderungen in der Wirtschaft. Untersuchungen haben ergeben, dass eine Einkommensverbesserung von 2,5% eine Ausgabenerhöhung für den Tourismus von 4% zur Folge hat, aber eine Einkommenserhöhung von 5% erbringt eine Erhöhung der Ausgaben für den Tourismus von 10%.

Die jährliche Zunahme der Einkommen in der Ukraine führt zu einer intensiveren touristischen Aktivität der Bevölkerung und damit auch zu einer größeren Anzahl von Mitarbeitern in der Tourismusbranche mit hohen Einkommen. Die Zukunft der ukrainischen Bevölkerung kann charakterisiert werden durch eine qualitativ höhere Lebensweise. Dies wird sich darin zeigen, dass die Erholung, die Reisetätigkeit, die Freizeitbeschäftigung und die kulturelle Betätigung eine größere Bedeutung für die Menschen in ihrer Freizeit erlangen.

Die Ausfüllung der neuen Freiräume in der Zukunft der Bevölkerung in der Ukraine muss durch die staatliche Tourismuspolitik Berücksichtigung finden. Dabei muss auch der private Sektor eine bestimmte Rolle spielen.

Eine der wirkungsvollsten Methoden der staatlichen Förderung des Tourismus unter den gegenwärtigen Bedingungen in der Ukraine ist die Einführung differenzierter steuerlicher Vergünstigungen. Dies gilt sowohl für den inländischen Tourismus als auch für die Dienstleistungen für die einreisenden Touristen. Damit würden private Investitionen stimuliert und die Preise für Dienstleistungen und Tourismusprodukte könnten gesenkt werden. Damit ließen sich die Touristenströme vergrößern und mehr Einnahmen sowohl im staatlichen als auch im privaten Tourismussektor erzielen und damit auch wieder ein erhöhtes Steueraufkommen zu Gunsten des Staatshaushalts. Ausgehend von der prognostizierten Nachfragerhöhung nach Tourismusdienstleistungen innerhalb der Ukraine ist eine Senkung von Steuersätzen für mit dem Tourismus verbundenen Produkten und Dienstleistungen mit einer realen Zunahme der Steuereinnahmen durch den Staat verbunden. Bei Verbesserung der Nutzung weiterer Potentiale in der Ukraine kann auch die Einreisetätigkeit ausländischer Touristen zu weiteren Einnahmesteigerungen sowohl bei den Tourismusunternehmen als auch beim Staatshaushalt führen.

Das Beispiel der Einführung der Mehrwertsteuer im Jahr 2005 auf Dienstleistungen für den einreisenden Tourismus von 0 auf die allgemeingültigen Steuersätze, führte zu einem Rückgang der Einreisen auf der Halbinsel Krim aus Russland 10-15% im Vergleich zum Vorjahr. [3]

Im Vergleich zu anderen Tourismusländern, wo durch den Tourismus 30-80 % des Bruttoinlandsprodukts erzielt werden, hat die Ukraine noch ein großes Potential aus Veränderungen der staatlichen Besteuerungspolitik. Aus den positiven Erfahrungen in anderen Ländern lassen sich folgende potentielle Möglichkeiten für die staatliche Steuerpolitik in der Ukraine ableiten: 1) Steuervergünstigungen für Investitionen im Bauwesen, bei der Rekonstruktion und bei der Ergänzung mit modernen Heizungsanlagen und Energiesparanlagen; 2) Zollvergünstigungen bei der Einfuhr moderner Transportmittel und Vereinfachung der Zollkontrollen für Touristen bei Einreise und Ausreise; 3) Steuervergünstigungen bei Einnahmen in ausländischer Valuta; 4) Vergünstigungen bei der Erstellung von Dokumentationen, Genehmigungsverfahren und Bodenpachtung für die Realisierung notwendiger Infrastrukturmaßnahmen.

Wenn die staatlichen Unterstützungsmaßnahmen nicht nur auf ukrainische Unternehmen sich beschränken, sondern auch auf ausländische Unternehmen in der Ukraine angewendet werden, so ist ein verstärkter Zustrom ausländischer Investitionen zu erwarten.

Im Jahr 2010 wurde in der Ukraine ein staatliches Entwicklungsprogramm zum Tourismus entwickelt. In diesem Programm sind die Hauptaufgaben aller Staatsorgane festgelegt. Im Programm sind alle Entwicklungsmöglichkeiten des Tourismus, darunter auch des „grünen“ ländlichen Tourismus und des gesundheitsfördernden Tourismus für Kinder und Jugendliche enthalten. [2]

Im Programm wird Wert auf die Unterstützung eines für kleine und mittlere Unternehmen

angenehmen Umfeldes gelegt. Im Programm gibt es Festlegungen für die Einbeziehung wissenschaftlicher Einrichtungen zur Unterstützung der Ziele der Tourismusbranche. Wert wird auf die Zusammenarbeit verschiedener staatlicher Organe und Entscheidungsebenen bei Organisationsaufgaben und Finanzierungsfragen gelegt.

### **Entwicklungspotential in Tourismusregionen**

Die Gesamtstaatliche Strategie zur Tourismusentwicklung muss mit Strategien für die einzelnen Regionen mit ihren spezifischen Ausrichtungen untersetzt werden. ZU den Regionen in der Ukraine mit großem touristisch nutzbarem Potential gehören: die Halbinsel Krim, die Ufergebiete am Schwarzen Meer und am Asover Meer, das Vorkarpatenland in der Westukraine. Im Verhältnis zu den generellen Tourismusangeboten kommen aus den Regionen die typischen Zusatzangebote. Nach Schätzungen haben gerade die regionalen Zusatzangebote für ausländische Touristen gegenwärtig erst einen Anteil von 20% bei den Valutaeinnahmen. Hier wird das vorhandene Potential noch nicht ausreichend genutzt.

Die regionale Tourismuspolitik kann nicht losgelöst von Investitionsfragen betrachtet werden. Hier geht es hauptsächlich um die Verbindung zwischen kleinen und mittleren Unternehmen. Für Investitionen in den Regionen können auch ausländische Förderprogramme genutzt werden (Programme der Europäischen Entwicklungsbank, Fonds für die Unterstützung des KMU und ebenso Geldquellen von zahlreichen gemeinnützigen Hilfsorganisationen). Eine weitere Möglichkeit für Investitionen ist die Bildung von Gemeinschaftsunternehmen mit ausländischen Partnern. Auch die Bildung von Freien Wirtschaftszonen mit einem Tourismusprofil kann hilfreich sein. Obwohl in der Ukraine Freie Wirtschaftszonen vor einigen Jahren liquidiert wurden, sollte auf den Erfahrungen erfolgreicher Zonen im Ausland oder der spezifischen Wirtschaftszone in der Ukraine „Kurzentrum Truskawetz“ mit neuen Inhalten neue Wirtschaftszonen zur Unterstützung des Tourismusbereiches geschaffen werden. [4, 154]

### **Zum Potential ausländischer Investitionen**

Die Bedeutung der ausländischen Investitionen liegt nicht nur in der Finanzierung von Projekten, sondern in der Anwendung neuer Technologien und Methoden bei der Organisation und Leitung von touristischen Objekten und Aktivitäten. Ebenso besteht über die ausländischen Investoren die Möglichkeit, neue Verbindungen zu Auslandsmärkten auf dem Tourismusgebiet zu knüpfen.

Die Formen der Zusammenarbeit mit ausländischen Investoren werden in der Ukraine auch unter dem Aspekt der Erhaltung der nationalen wirtschaftlichen Unabhängigkeit oder der verstärkten Abhängigkeit von ausländischen Investoren diskutiert. Es gibt eine Vielzahl von Stimmen, die darauf verweisen, dass durch ausländische Investoren ein klarer Vorteil für die Ukraine zu erreichen ist. Im Bereich des Tourismus geht es dabei neben dem Erhalt finanzieller Vorteile auch um die Erhaltung der natürlichen Landschaft oder um die Wiederherstellung der natürlichen Umwelt nach Großbauten. Der natürliche Stoffkreislauf soll weitestgehend nicht verletzt werden. Damit ist auch die Abfallverwertung oder Abfallbeseitigung nach umweltverträglichen Grundsätzen bei Touristischen Großbauten zu einem Bewertungskriterium für Großinvestitionen anzusehen. So soll eine Kreditaufnahme im Ausland zur Realisierung von Großprojekten nicht zur Staatsverschuldung führen, weil das Risiko nicht adäquat verteilt war. Für die Finanzierung von Tourismusprojekten sollten spezialisierte Banken genutzt werden, die durch ihr Controlling das Risiko von Fehlplanungen ausschließen können.

Ausländische Investoren sollen verpflichtet werden, gesamtukrainische und regionale Traditionen und Gewohnheiten bei ihrer Geschäftstätigkeit in der Ukraine zu berücksichtigen. Dies gilt besonders für in der Tourismusbranche tätige Hotels und andere Dienstleister. Bei ausländischen Investitionen soll eine maximale Einbeziehung ukrainischer Zulieferungen erreicht werden.

## Literatur

1. Охрименко А. Политика развития туризма // Бизнес-информ. - 2007. - № 20. - С. 42-44.
2. [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua) - офіційний сайт Державної служби туризму та курортів.
3. Сърчина М. Год упущенных возможностей // Комп&ньоН. - 2007. - 30 сентября - 6 октября. - С. 30
4. Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні // Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 6(36). - С. 149-155