

**ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ  
ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ**

У статті розглядаються принципи державного регулювання туристичної сфери Польщі та Великобританії та загального досвіду країн Південної та Південно-Східної Європи щодо вдосконалення національної системи державного регулювання туризму.

В статтє рассматриваются принципы государственного регулирования туристической сферы Польши и Великобритании, а также общего опыта стран Южной и Юго-Восточной Европы в контексте совершенствования национальной системы государственного регулирования туризма.

The article considers the principles of state regulation of tourism industry in Poland and the UK, as well as the overall experience of the southern and south-eastern Europe in the context of improving the national system of state regulation of tourism.

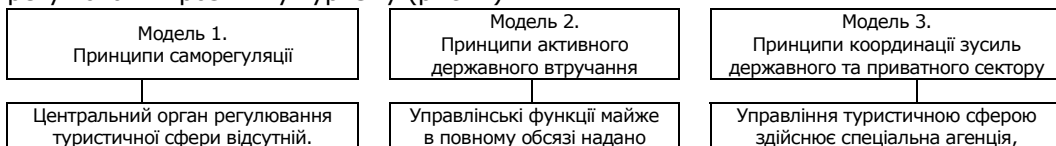
*Ключові слова:* державне регулювання туризму, туризм, туристична сфера.

Постійно зростаючі прибутки від міжнародної туристичної діяльності створюють умови, за яких країни світу все більше уваги приділяють розвитку туризму. Це зумовлює перевищення туристичної пропозиції над попитом і, як наслідок, загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку. Зростання рівня конкуренції на світовому ринку туристичних послуг та незадовільні показники розвитку туризму потребують від нашої країни – як відносно нового учасника світового туристичного ринку – посилення своєї ролі у забезпеченні розвитку туристичної сфери. Одним з напрямів розв'язання проблем розвитку туризму є використання досвіду країн світу.

В Україні питання використання іноземного досвіду регулювання туристичної сфери розглядалися такими фахівцями, як Ю.Алексеева, В.Кравцов, М.Крачило, В.Мацола. Ці питання аналізувались в частині окремих аспектів розвитку, але механізми державного регулювання не досліджувались в комплексі.

Цілями статті є: визначення особливостей регулювання туристичної сфери окремих країн, вивчення основних принципів організаційного забезпечення та розробка відповідних методичних рекомендацій щодо вдосконалення державного регулювання туристичної сфери в Україні.

Система органів державного регулювання туристичної сфери має суттєві відмінності залежно від країни та ролі туризму в її економіці, зокрема наявності унікальних природних та культурних ресурсів, потенціалу національного туристичного ринку, доступності туристичних ресурсів для власних та іноземних туристів, ролі країни на міжнародному туристичному ринку, масштабів інвестицій в туристичну сферу. Сьогодні у світовій практиці державного регулювання туристичної сфери існує три основних моделі вирішення питання державного регулювання розвитку туризму (рис. 1):



## ТУРИЗМ

Управлінські функції передано спеціальним недержавним туристичним організаціям (США)	профільному міністерству (Єгипет, Ізраїль)	управлінські функції якій делегує відповідне міністерство (Великобританія, Польща)
--	--	--

*Рис. 1. Моделі впливу держави на розвиток туристичної сфери\**

\*Джерело: розроблено автором самостійно

Перевагою моделі саморегуляції є те, що тут немає фінансових асигнувань держави в розвиток туристичної сфери. Цей варіант використовується, коли держава не бачить перспектив у розвитку власного туристичного сектору чи навпаки приватні органи регулювання відносин у туристичній сфері мають достатньо сильні позиції. Друга модель передбачає активний вплив держави на розвиток туристичної сфери шляхом використання ефективних механізмів державного регулювання. Цей принцип потребує розробки, впровадження та фінансування спеціальних бюджетних програм. На сучасному етапі розвитку нашої країни фінансування цих програм є найслабшою ланкою і, відповідно, його головним недоліком. Третя модель найбільш поширена серед країн Європи. При цьому варіанті питання розвитку туристичної сфери вирішуються на рівні окремого багатопрофільного міністерства у відповідному підрозділі [2].

Третя модель організації державного регулювання туристичної сфери є, на нашу думку, найбільш доцільною для нашої країни. Цей вибір підтверджує Стратегія сталого розвитку туризму і курортів в Україні, де цей варіант визначається пріоритетним завдяки цілому ряду переваг:

- ✓ подолання негативних тенденцій у сфері туризму;
- ✓ забезпечення доступності туристичних ресурсів для населення;
- ✓ посилення позитивного туристичного іміджу країни на міжнародному ринку, збільшення в'їзного туристичного потоку;
- ✓ пришвидшення темпів розвитку, збільшення частки очікуваних доходів від сфери туризму у бюджетах усіх рівнів [6].

Особливості застосування такого варіанту державного регулювання туристичної сфери розглянемо на прикладі Польщі та Великобританії та загального досвіду країн Південної та Південно-Східної Європи.

Вибір саме цих країн був зумовлений наступним:

1. Польща. Вихідні умови розвитку туристичних сфер України та Польщі були дуже схожими. Проте на початку свого становлення польська туристична сфера мала значно кращі показники розвитку, що було зумовлено більш ефективними трансформаціями структури державного регулювання туристичної сфери. Так, вже у 1995 році Польщу відвідало 19,2 млн. туристів (найкращий показник серед країн регіону). Також потребує уваги той факт, що у розрахунках середнього доходу від одного туриста Польща має один з найкращих показників у регіоні – 785 дол. (в Україні цей показник у 2009 році склав 190 дол.) [5]. Вивчення державної політики Польщі у сфері туризму дозволить запозичити досвід сусідів та змоделювати певні процеси, що відбуватимуться в Україні [1].

2. Великобританія. Один зі світових лідерів у сфері туризму. Має чітко сформовану структуру органів державного регулювання туристичної сфери та дієвий механізм співпраці цих органів з приватним сектором.

3. Досвід країн Південної та Південно-Східної Європи розглядатиметься у

## ТУРИЗМ

контексті діяльності структур з популяризації власного туристичного потенціалу за допомогою некомерційної реклами. Саме завдяки таким структурам у таких країнах, як Болгарія, Польща, Угорщина, Словаччина, туризм, починаючи з 90-х років, з супутньої галузі економіки перетворився на провідну.

Державне регулювання туризму в Польщі здійснюється Міністерством спорту і туризму, до складу якого входить департамент туризму, головною метою діяльності якого є розвиток та регулювання туристичної індустрії [9]. Стратегія розвитку туризму в Польщі у 2007-2013 роках проголошує, що для гармонійного розвитку туризму в Польщі необхідно багатостороннє співробітництво уряду, місцевих органів влади, приватного сектору, а також неурядових організацій [12]. Органом, що займається просуванням туристичних можливостей Польщі в країні та за кордоном, є Польська Туристична Організація (ПТО). ПТО є державною установою і головними завданням цього органу є просування Польщі як країни, привабливої для туристів, забезпечення функціонування та розвитку польської туристичної інформаційної системи та підтримка планів розвитку і модернізації туристичної інфраструктури. ПТО має філії в 14 країнах по всьому світу та планує рекламні кампанії, які включають в себе потреби окремих ринків [11]. Структура та учасники системи державного регулювання туризму Польщі наведені на рис. 2.



Рис. 2 Структура державного туристичного сектору Польщі\*

\*Джерело: розроблено автором самостійно

Необхідно зазначити, що туристичні організації України поступаються у функціональності та ефективності діяльності своїм польським аналогам. Це пов'язано з такими чинниками: польські туристичні організації мають чіткий розподіл функцій; діяльність цих організацій взаємопов'язана та взаємоузгоджена;

фінансування діяльності цих організацій здійснюється відповідно до розроблених стратегій, на достатньому рівні та на постійній основі; діяльність польських організацій не обмежена головним офісом, а має розгалужену мережу як в країні, так і за кордоном [3].

Загалом необхідно зазначити, що, використовуючи досвід Польщі, Україні необхідно вдосконалювати систему державного регулювання туристичної сфери за такими напрямками: вдосконалення діяльності організацій з розвитку та просування туристичних продуктів України на внутрішньому та зовнішньому ринках; фінансування розвитку туристичної сфери; створення системи розподілу обов'язків та функцій між туристичними організаціями; налагодження координування співробітництва між державою, туристичними організаціями та приватним сектором туристичної сфери; створення мережі представництв туристичних організацій як в Україні, так і за її кордоном.

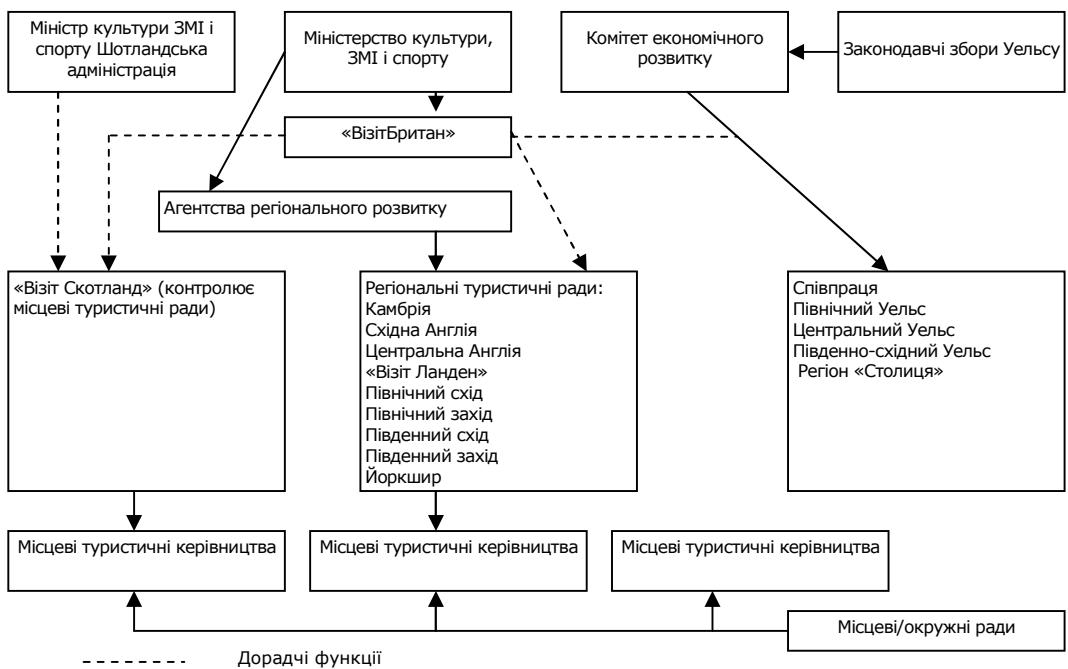
У Великобританії державне регулювання у сфері туризму здійснює Міністерство культури, ЗМІ та спорту, яке співпрацює з органом, який безпосередньо займається розвитком туризму у країні, – VisitBritain.

VisitBritain є Національним агентством з туризму Британії, відповідальним за маркетинг Британії у всьому світі. VisitBritain є позавідомчим державним органом, який фінансується Міністерством культури, ЗМІ та спорту, співпрацює з урядом та великою кількістю організацій у Великобританії та за кордоном з ціллю популяризації та ефективного просування туристичних продуктів Британії [10].

Складовою VisitBritain є мережа з більш ніж 70 туристичних представництв у різних країнах світу, що є найперспективнішими ринками для реалізації британського туристичного продукту. Щорічно з державного бюджету виділяється близько 80 млн. фунтів стерлінгів для проведення маркетингової діяльності, а також утримання закордонних туристичних представництв. Аналіз проведених у Великобританії маркетингових досліджень свідчить, що 1 фунт стерлінгів, вкладений у туризм, дає 27 фунтів прибутку, з них 4 фунти повертаються у вигляді податків [7]. Важливою складовою державного регулювання туристичної сфери Великобританії є регіональні туристичні ради (РТР). Вони зазвичай координують свою діяльність на місцевому рівні з органами місцевого самоврядування, а на регіональному та міжрегіональному рівні співпрацюють з агентствами регіонального розвитку. Фінансування здійснюється на рівні держави, місцевих рад та приватними структурами. Специфікою діяльності цих рад є те, що вони функціонують за рамками існуючих територіальних одиниць, розглядаючи території з позиції їх туристичної привабливості. До головних функцій РТР відносяться: формування стратегії розвитку туризму на регіональному рівні, представництво інтересів регіону на національному рівні, розвиток туристичної інфраструктури, популяризація регіону [8, с. 522].

Структура туристичного сектору Великобританії зображена на рис 3.

## ТУРИЗМ



*Рис. 3 Структура державного туристичного сектору Великобританії\**

\*Джерело: [8, с. 503].

Світова практика підтверджує те, що приватний бізнес не може самостійно проводити некомерційну іміджеву рекламну кампанію своєї країни, оскільки пропонує та продає лише свій власний продукт. Тому завдання створення позитивного образу країни є, насамперед, державним завданням. У більшості країн-лідерів у сфері туризму існує сформована мережа регіональних відділень, а також представництв за кордоном, розміщених у країнах, які є найбільш перспективними з точки зору генерування в'їзних туристичних потоків. Наприклад, англійська VisitBritain має представництво у 27 країнах, Польська туристична організація та Німецький центр туризму – у 14. Стосовно ж таких країн, як Болгарія, Румунія, Угорщина, Словаччина, Мальта, то саме створення відповідної мережі представництв стало розв'язанням проблеми диспропорційності розвитку в'їзного та виїзного туризму та низької конкурентоспроможності туристичного продукту.

Розуміння необхідності та важливості державної підтримки просування національного туристичного продукту на світовий туристичний ринок підтверджується в цих країнах переліком заходів організаційного характеру. Державні органи управління туристичною сферою, а також допоміжні та спеціалізовані структури, фінансування яких повністю або частково здійснюється за рахунок державного бюджету, виділяють істотні кошти на активну діяльність своїх представництв. Так, уряд Угорщини фінансує утримання 23 закордонних представництв. Питаннями розвитку туризму та регулювання в'їзного туризму на Мальті займається Мальтійське управління з туризму (MTA). Особливістю

регулювання розвитку візного туризму на Мальті є діяльність МТА з організації Мальтійських клубів за кордоном, що об'єднують компанії, котрі обрали Мальту своїм пріоритетним напрямом [4].

Щодо джерел фінансування просування національного туристичного продукту, то в частині країн головним джерелом є держава (Іспанія, Польща, Сінгапур). Обсяги фінансування розраховуються як прямим методом, так і у вигляді певного відсотка з податкових надходжень від підприємств турсфери. В деяких країнах до фінансування залучають кошти приватного бізнесу (Франція, Греція, Італія). Їхній відсоток у загальних витратах залежить від рівня співпраці приватного сектору з державним.

Невирішеним питанням розвитку національної системи державного регулювання туристичної сфери є нерозвиненість та недовірливість відповідних структур на всіх рівнях. На нашу думку, існує потреба у перегляді системи регулювання туристичної діяльності щодо повноважень, структури та організаційних питань туристичних адміністрацій на місцях. Взнявши до уваги досвід країн-лідерів, можна зробити висновок, що для України першочерговим питанням є вдосконалення системи організації державного регулювання туристичної сфери на всіх рівнях управління в частині налагодження координування співробітництва між державою, туристичними організаціями та приватним сектором. Використовуючи практичний досвід таких країн, як Мальта, Великобританія та Польща, доцільно розробити «Стратегію просування національного туристичного продукту за кордоном» з обов'язковою розробкою принципів створення і діяльності туристичних представництв за кордоном. Ці принципи повинні ґрунтуватися на пріоритетності конкретних напрямів та залучення до створення такої мережі організацій приватного сектору економіки. Це завдання слід покласти на Державне агентство з туризму та курортів та Науковий центр розвитку туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гутник О.В. Особливості реалізації державної політики Польщі у сфері туризму [Електронний ресурс] - Режим доступу : [http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/Patp/2010\\_1/10hovpst.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/Patp/2010_1/10hovpst.pdf)
2. Е.В. Козловский. Иностранный опыт регулирования международного туризма и его использования в Украине [Електронний ресурс] Tourism in Ukraine - Режим доступу : <http://www.ukrtourism.com.ua/ru/articles/1305/>
3. Мігущенко Ю. Інституційне забезпечення розвитку сфери туризму в українсько-польському транскордонному регіоні [Електронний ресурс] / Регіональний філіал НІСД у м. Львові - Режим доступу: <http://www.niss.lviv.ua/analytics/140.htm>
4. Напрями регулювання структурних диспропорцій в туристичній сфері країн центрально-східної та південної Європи: досвід для України в контексті розширеної зони вільної торгівлі [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень - Режим доступу: <http://www.niss.lviv.ua/analytics/79.htm>
5. Осипчук М. Брендинг як інструмент підвищення ефективності туристичної дотонації [Електронний ресурс] - Режим доступу : [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/znpdme/2011\\_2/ospichuk.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/znpdme/2011_2/ospichuk.pdf)
6. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1088-2008-%F0>
7. Рекреаційно-туристичний потенціал України [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/potencial.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/potencial.htm)
8. Туристический бизнес [Текст] : пер. с 7-го англ. изд. / Д. К. Холлоуей, Н. Тейлор ; пер. с англ. Т. А. Черная, А. А. Кожевникова. - 7-е изд. - К. : Знання, 2007. - 798 с. : ил.
9. About the Ministry [Електронний ресурс] / Ministry of Sport and Tourism - Режим доступу : <http://msport.gov.pl/en/ministry>
10. More About Us [Електронний ресурс] / VisitBritain - Режим доступу: <http://www.visitbritain.org/aboutus/whatwedo.aspx>
11. О POT [Електронний ресурс] / Polska Organizacja Turystyczna - Режим доступу : <http://www.pot.gov.pl/o-pot/>
12. Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [Електронний ресурс] - Режим доступу : [www.podlaskieit.pl/pl/programy/STR160409.pdf](http://www.podlaskieit.pl/pl/programy/STR160409.pdf)