

3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Гречаник Б. В. Інноваційноспрямований розвиток підприємств: організаційно-економічні аспекти. Монографія. / Б. В. Гречаник. – Львів, ІРД НАН України, Івано-Франківськ, ЗУЕПУ, 2007. – 187 с.

УДК 338.48:331.446

Кейван О. І.

ЗАКОРДОННІ МОДЕЛІ З ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА СВІТОВИЙ РИНОК

У статті розглядаються моделі з державного регулювання в європейських країнах та країнах-сусідах, а також моделі з організації просування туристичного продукту на світовий ринок послуг.

Ключові слова: модель, туристичний ринок, туристичний продукт, маркетингова політика, державне управління, світовий ринок, просування туристичного продукту, індустрія туризму.

I. Вступ. В сучасних умовах туристична галузь України репрезентована практично повністю недержавним сектором економіки. Україна ще не досягла достатнього розвитку у сфері в'їзного туризму, тому є важливим і актуальним питання вивчення передового досвіду країн, котрі пройшли певний шлях і накопичили успішний досвід з приваблення туристів, створенні та просуванні туристичного продукту з метою популяризації в'їзного туризму.

Питаннями даного характеру займається багато вітчизняних і зарубіжних вчених, а зокрема Г. Балабанов, П. Беляєв, Б. Данилишин, В. Євдокименко, В. Кравців, В. Павлов, Д. Стеченко, О. Чмир, В. Безсонюк, В. Кифяк, М. Крачмал, О. Любіцева, Ю. Правич, Н. Чорненька, М. Школа, Л. Шульгіна та ін.

II. Постановка завдання. Розглянути досвід різних країн з регулювання туристичної галузі. Для розкриття даного питання використовувалися методи аналізу, порівняння, історичного дослідження та статистичний метод.

III. Результати. Як свідчить досвід світової практики, туризм розвивається там, де відбувається інтеграція держави та капіталу на основі господарських відносин, пов'язаних з управлінням довгостроковими програмами.

Розглядаючи особливості організації управління індустрією туризму, в міжнародній прак-

The paper analyzes the innovation activity of domestic enterprises to determine the cause of the major problems of low innovation activity in Ukraine, summarized and outlined specific proposals for increasing innovation activity of domestic entities.

тиці виділяють три моделі державного регулювання галузі туризму. [4]

Перша модель допускає відсутність центральної державної організації, всі питання вирішуються суб'єктами діяльності самостійно на місцях на основі принципів ринкової економіки. Такий підхід набуває ефективності в розвинутих країнах, які не потребують особливої реклами туристичного продукту, мають розвинену інфраструктуру, систему безпеки туристів, високий рівень надання банківських, страхових послуг і медичного обслуговування. Даний підхід управління туризмом використовується у США, де 1997 було ліквідовано державну адміністрацію. [4]

Друга модель передбачає створення спеціального державного органу, який контролює діяльність всієї галузі. Для її реалізації потрібні значні фінансові вливання в індустрію туризму, рекламу і маркетингову діяльність, інвестування в туристичну інфраструктуру. Такий підхід до регулювання в'їзного туризму поширений у ряді країн, що розвиваються та в країнах з перехідною економікою, де є необхідність створення та підтримки на високому рівні національного туристичного продукту. До таких країн відносяться Єгипет, Туреччина, Туніс, Болгарія та інші, де функціонують міністерства туризму. [3]

Третя модель реалізовується за умов передачі повноважень вирішення питань туризму багатогалузевому міністерству. В такому багатфункціональному міністерстві створюється спеціалізований підрозділ, що вирішує питання державного регулювання сфери туризму та проводить маркетингову політику. Даний тип регулювання домінує в європейських країнах, наприклад, Міністерство економічної політики у Франції, Міністерство виробничої діяльності в Італії, Федеральне міністерство економіки і технологій в Німеччині. [2]

Варіант реалізації третьої моделі, оскільки саме дана модель є найближчою за організацією діяльності управління туристичним бізнесом для України розглянемо її на прикладі країни «великої 7» Франції та розглянемо досвід державного управління туризмом країн-сусідів, які є і найбільшими конкурентами в цій сфері для України.[5]

У Франції міжнародну туристичну політику координує Міністерство транспорту та суспільних робіт, в структурі якого функціонують Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму. В їх компетенції управління та регулювання галузі, інвестування і міжнародні відносини в галузі туризму. Крім того, в країні існує ще кілька органів, які беруть участь в управлінні туризмом: Рада з туризму при Міністерстві транспорту та суспільних робіт, Французьке агентство туристичного інжинірингу, Національна наглядова рада з питань туризму (маркетингові дослідження і статистика в туризмі), Національне агентство з питань відпускних подорожей (соціальний туризм), Національний комітет з процвітання Франції (питання екології та озеленення міст). [5]

Одночасно місцева влада також має вагомий повноваження у вирішенні питань туризму.

Ще у 1987 р. в результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, виникла асоціація «Мезон де ля Франс». До її складу входять 850 державних, приватних та інших громадських організацій. Для створення позитивного іміджу туристичного продукту створено 38 представництв в 29 країнах. Головний офіс організації розташований у Парижі. Керівний орган організації – рада директорів, яка складається з 27 осіб (1/3 – чиновники з держапарату, 2/3 – представники приватного бізнесу). [5]

Бюджет «Мезон де ля Франс» становить близько 69 млн. дол., 2/3 з якого йде на паблік рілейшнз, збут та рекламу. Майже 60% діяльності асоціації фінансується з держбюджету.

Ключовим аспектом успіху Організації слугує постійний моніторинг ринку та на основі одержаної інформації застосування різної політики просування на генеруючих ринках. [4]

Перші вагомі зміни в політиці Іспанії було запроваджено в 1985 році. Право з прийняття рішень з питань туристичної політики було передано автономним організаціям. Центральний уряд, співпрацюючи з автономними та місцевими органами влади, утворив нову модель регулювання туризму. Вона була спрямована на ство-

рення та просування високоякісного, конкурентоспроможного туристичного продукту. [5] На сучасному етапі в Іспанії розвитком туризму займаються організації, створені при Міністерстві економіки, це, зокрема: Державний секретаріат з торгівлі, туризму і малого бізнесу; Центральна дирекція з туризму, іспанський інститут туризму Turespasa. [4]

Інститут туризму Turespasa займається залученням іноземних туристів, рекламною діяльністю і просуванням іспанських курортів за кордон. Дана організація повністю фінансується з Держбюджету та має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії і 29 представництв в 21 країні світу. [1]

Дані, які характеризують обсяги бюджетів національних туристичних адміністрацій країн світу на етапі формування сучасних підходів до стратегії туристичної галузі та формування системи державного регулювання туристичної галузі наведені в табл. 1.

Як видно з таблиці 1 уряди цих країн мають серйозні наміри щодо розвитку і просування власного національного туристичного продукту, як інструменту економічного зростання. Для підтримки і розвитку туристичної індустрії та позитивного іміджу загалом, виділяються значні обсяги капіталовкладень, що з кожним роком зростають. [3]

Подивимося які ж були тенденції відвідування і доходи від реалізації країн-лідерів світового туризму в 2009-2010 р.р.

Слід згадати як розвивалася політика туристичного бізнесу в сусідніх країнах. Наприклад, для реалізації нової моделі туризму в Угорщині, уряд розробив так званий «План Сечені», розрахований на період до 2006 року. На розвиток туризму відповідно до «Плану Сечені» в 2001-2002 р.р. уряд держави виділив з бюджету 53,1 млн. франків (понад 200 млн. дол.). Особливе місце в програмі розвитку на найближчу перспективу на даному етапі приділяється курортному, бальнеологічному та діловому туризму. На території Угорщини розташовані 800 термальних джерел, причому третина з них може використовуватися для лікувальних та оздоровчих цілей. З метою залучення в країну туристів Угорщина проводить активну інформаційно-рекламну діяльність з туризму за кордоном. До теперішнього часу вона мала близько 20 закордонних представництв національного туристичного бюро.[1] Аналогічна робота провадиться в Словаччині, Польщі, Болгарії, Румунії тощо.

Таблиця 1

Бюджети національних туристичних адміністрацій, що витрачаються на просування туристичного продукту, 1991-2003 р.р., млрд. дол. США

Країна	1991	1999	2003
Іспанія	78,905	85,105	77,692
Франція	63,098	71,698	69,248
Великобританія	55,271	60,242	-
Нідерланди	26,15	30,984	29,967
Швейцарія	29,149	28,023	29,637
Туреччина	14,537	27,6	31,581
Італія	16,121	17,851	18,371
Німеччина	16,126	16,837	16,542
Греція	29,056	15,193	-
Австрія	15,116	14,496	-
США	12,0	12,6	12,6

Джерело: Budgets and Marketing Plans of National Tourism Administrations//WTO. – Madrid,

Таблиця 2

Показники туристичної діяльності в країнах-лідерах світового туризму

Ранг	Міжн. прибуття, чол.		Відх., %		Ранг	Доходи від реалізації, млрд. \$		Відх., %	
	2009	2010	09/08	10/09		2009	2010	09/08	10/09
1.Франція	76,8	76,8	-3,0	0,0	1.США	94,2	103,5	-14,7	9,9
2.США	55,0	59,7	-5,1	8,7	2.Іспанія	53,2	52,5	-13,7	-1,2
3.Китай	50,9	55,7	-4,1	9,4	3.Франція	49,4	46,3	-12,7	-6,2
4.Іспанія	52,2	52,7	-8,8	1,0	4.Китай	39,7	45,8	-2,9	15,5
5.Італія	43,2	43,6	1,2	0,9	5.Італія	40,2	38,8	-12,0	-3,6
6.Об'єдн. Кор.	28,2	28,1	-6,4	-0,2	6.Німеччина	34,6	34,7	-13,2	0,1
7.Туреччина	25,5	27,0	2,0	5,9	7.Об'єдн. Кор.	30,1	30,4	-16,3	0,8
8.Німеччина	24,2	26,9	-2,7	10,9	8.Австралія	25,4	30,1	2,5	18,6
9.Малайзія	23,6	24,6	7,2	3,9	9.Гон-конг	16,4	23,0	7,5	39,5
10.Мехіко	21,5	22,4	-5,2	4,4	10. Туреччина	21,3	20,8	-3,2	-2,1

Джерело: Всесвітня туристична організація (UNWTO)

В Польщі значно змінив існуючу модель управління в галузі туризму спеціальний закон «Про польську туристичну організацію». Головне нововведення складалося в розподілі політико-стратегічних та адміністративно-оперативних функцій. Департамент туризму Міністерства економіки Польщі займається формуванням загальної економічної стратегії країни в галузі туризму, а за просування туристичного продукту в країні та за кордоном відповідає Польська туристична організація. Стратегією розвитку ту-

ризму в Польщі на 2001-2006р.р. було визначено, що уряд буде підтримувати розвиток та підвищення конкурентоспроможності, рентабельності та доступності національного туристичного продукту. [3]

Пріоритетними завданнями даної реформи були визначені:

– підтримка підприємств, що сприяють збільшенню привабливості польських міст як місць проведення ярмарків, конференцій, конгресів та ділових зустрічей, а також підприємств чия

Показники туристичної діяльності в основних країнах-конкурентах України

Назва країни	Міжнародні прибуття, млн. чол.		Відх., %	Ранг	Доходи від тур. діяльності, млрд.\$		Відх., %	Ранг
	2009	2010			2009	2010		
1.Болгарія	5,739	6,047	5,4	6	3,728	3,637	0,9	6
2.Угорщина	9,058	9,510	5	5	5,631	5,381	1,3	4
3.Польща	11,890	12,470	4,9	4	9,319	9,446	2,2	2
4.Росія	19,420	20,271	4,4	3	9,319	8,985	2,2	3
5.Словаччина	1,298	1,327	2,2	7	2,336	2,233	0,6	7
6.Туреччина	25,506	27,000	5,9	1	21,250	20,807	5,1	1
7.Україна	20,798	21,203	1,9	2	3,576	3,785	0,9	5

Джерело: Всесвітня туристична організація (UNWTO)

діяльність спрямована на збільшення рентабельності міської інфраструктури;

– розширення культурних, спортивних та інших заходів, об'єктів і маршрутів культурної спадщини, збільшують привабливість польських міст та селищ;

– розвиток туристичної інфраструктури в прикордонних регіонах, особливо північно-східних, а також розташованих біля транзитних трас;

Здійснила реорганізацію системи управління туристичним комплексом країни в розглянутий нами період і республіка Румунія. Питаннями туризму на даний час у Румунії займається Міністерство туризму, створене на базі раніше існуючих відомств – Національної адміністрації з туризму, Служби по роботі з тур фірмами та служби з розвитку туризму. Функції Міністерства багато в чому схожі з функціями нашої Державної служби туризму і курортів. Крім того, Міністерство туризму Румунії контролює процес приватизації туристичних об'єктів. [1]

Цікавим є створення в даному Міністерстві управління європейської інтеграції та міжнародних відносин, що здійснює контроль за ефективністю заходів в галузі туризму, необхідних для інтегрування Румунії в Євросоюз. В законодавство країни введена норма, відповідно до якої організовані групи туристів звільняються від сплати консульських зборів за видачу румунських віз.

Що ж до України: як вище було вказано найбільш підходящою моделлю розвитку їй відповідає третя модель, де є створене Міністерство і існує відділ з органом управління у туризмі. За 2009-2011 роки відбулися деякі реорганізаційні

зміни в органах управління туристичною діяльністю, ліквідувалася Державна служба з туризму і курортів України, на місце якої організувалася Державне Агенство туризму і курортів.

Ще одним реорганізаційним моментом стало утворення Ради представників регіонів сфери туризму та курортів. Рада представників регіонів сфери туризму та курортів (далі – Рада) є постійно діючим консультативно-дорадчим органом, утвореним при Державному агентстві України з туризму та курортів.

IV. Висновки. На нашу думку важливим було б створення організації, яка б відповідала за рекламу, маркетингову політику і просування України на ринки зарубіжжя і фінансувалася б з державного бюджету та частково з джерел підприємств-меценатів. Дана організація включила б підприємства пов'язані з туризмом, а саме: центральний офіс, туроператори, тур агенти, готелі, курорти, інформаційні центри в Україні та створення їх ряду представництв за кордоном.

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

2. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) / Г. А. Папирян. – М.: Экономика, 2000. – 207 с.

3. Altkorn J. Marketing w turystyce / J. Altkorn. – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2001. – 204 s.

4. Chudoba T. Teoretyczne podstawy zarządzania turystyka / T. Chudoba. – Nisko: WSE, 2000. – 339 s.

5. Gaworecki W. W. Turystyka / W. W. Gaworecki. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 385 s.

In this article the model of state regulation in Europe and neighboring countries, as well as models of organizations promoting tourism product on the world market services.