

М. П. Бондаренко,
аспірант, Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

У статті розглянуто актуальне питання ролі держави в процесі реалізації туристичного потенціалу України на міжнародному ринку. Особливу увагу приділено реформуванню управлінської гілки влади, інформаційній складовій, сталому розвитку та маркетинговому інструментарію держави. Запропоновано бачення державної туристичної стратегії України та перспективні напрями розвитку індустрії.

There is covered topical question of government's role in the process of Ukraine's tourism potential realization on the international market. Particular attention is paid to government reform, information part, sustainable development and marketing instruments of the state. It's suggested personal view of government tourism strategy of Ukraine and perspective directions of industry development.

Ключові слова: туристична стратегія, управлінський інструментарій, інформаційна складова, маркетингові заходи, сталий розвиток.

Key words: tourism strategy, government management, information part, marketing measures, sustainable development.

ВСТУП

Економічна неефективність діяльності туристичного сектора України вимагає ретельного підходу щодо формування стратегічних концепцій вдосконалення реалізації туристичного потенціалу України на міжнародному ринку туристичних послуг. Як показав проведений SWOT-аналіз туристичного сектора України, деструктивність туристичного продукту вимагає впровадження заходів, направлених на ліквідацію бар'єрів розвитку. Потужний туристичний потік 2008 р. та незначні економічні вигоди від туристичної діяльності говорять про неефективне позиціонування туристичного сектора, відірваність культури від програм пріоритетного розвитку та розбалансованість туристичної пропозиції. Статистичні дані ЮНВТО на предмет співвідношення туристичного потоку та туристичних надходжень дозволяють зробити припущення, що переважна більшість відвідувачів України керувалися метою відмінною від туристичної, а під час подорожі користувалися тільки мінімальним набором туристичної пропозиції: розміщення та харчування. Питанням вивчення ролі держави в реалізації українського туристичного потенціалу займалися такі науковці: С.П. Сорока [1], Л.О. Мармуль [2], В.І. Куценко [3], О.М. Кальченко [4], І.В. Свида [5], Л.В. Харченко [6], В.І. Биркович [7], О. Пантюхіна [8], Н.М. Кудера [9], С.С. Захарчук [9], Н.В. Валінкевич [10], О.О. Колесник [11], С.В. Глоба [12], Ю.В. Шабардіна [13], Т.В. Момонт [14]. Проте в переважній більшості предмет вивчення стосується лише окремих питань та не охоплює всього спектра зазначеної проблематики і комплексності рішень.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою даної статті є вивчення ролі держави в формуванні механізмів ефективного реалізації туристичного потенціалу України. Аналіз управлінського інструментарію та визначення оптимальної туристичної стратегії позиціонування на міжнародному ринку в системі постулатів сучасного розвитку.

РЕЗУЛЬТАТИ

Рівень обізнаності міжнародної спільноти про Україну як туристичну дестинацію, окрім країн СНД, надзвичайно малий. Переважною мірою Україну ідентифікують з еколого-антропогенною катастрофою на Чорнобильській АЕС та спортивними досягненнями: ФК Динамо, брати Клички, Яна Клочкова. "Для України настав час відкритися, вивчити і почати потроху реалізовувати свій величезний потенціал європейського гравця ... за наявності зовнішньої підтримки... можна сподіватися, що окремі країни, двосторонні й багатосторонні інституції ... зможуть на стратегічному і практичному рівні раз і назавжди усунути наслідки відносної і небажаної ізоляції, характерної для культурного сектора України радянського і пострадянського періодів" [15, с. 42—47]. Просуванням України як достойного туристичного регіону на міжнародному ринку туристичних послуг займається Міністерство культури та туризму, в складі якого функціонує Державна служба туризму і курортів. Основними перешкодами на шляху розвитку туристичного бізнесу є те, що український уряд не надає пріоритетності галузі на практиці. Як результат, Україна має низькі показники з маркетингу атракції та формування іміджу. Світова еко-

номічна рецесія, на жаль, призвела до зменшення фінансування потреб галузі, що, в свою чергу, позначилось на інтенсивності міжнародної діяльності. Проте, при виваженій політиці розвитку туризму брак фінансування потреб розвитку галузі та культурних заходів може бути подолано через створення та запровадження спеціальних фондів змішаного фінансування. Проведення заходів на кшталт "Євробачення" та "Євро 2012" є гарною можливістю розкрити свій туристичний потенціал для міжнародної спільноти. Потрібно створювати передумови для заохочення міжнародного ділового подійного туризму в Україні. Така взаємодія дозволяє розширити міжнародні зв'язки та стимулювати входження України до міжнародного туристичного ринку.

Внутрішні імпульси покращення стану туристичної індустрії мають одночасно синхронізуватись з тенденціями світового розвитку. Сучасні процеси розвитку економічного простору внесли корективи також в питання ролі та ваги культурного фактора в суспільстві. Це призвело до того, що на сьогодні поняття культури на Заході фундаментально відмінне від поняття культури в Україні. Так, завданням культури в умовах сучасного розвитку Європи є налагодження та вивчення взаємовпливу культури та соціо-економічних процесів суспільства, в той час як в Україні культура виконує роль об'язуючого додатку та направлена на "гасіння пожеж" [16, с. 17]. Формування європейського підходу до розвитку культури в Україні означає визначення концептуально нових вимог до діяльності міністерств і відомств та реформування управлінської сфери.

Основні проблеми в становленні туристичної галузі криються в питаннях централізації та децентралізації управління, інформаційному вакуумі, сезонності туристичної пропозиції, природо-екологічному стані, становленні та розвитку туристичної та супутніх інфраструктур. Невизначеність та неможливість влади на місцях формулювати та втілювати в життя чіткі та стратегічно виважені програми розвитку туризму корінним чином гублять будь-які ініціативи. Для вирішення більшості питань бракує чіткої мотивації та інноваційного підходу до використання правових та економічних важелів. Основним завданням урядових установ має стати формування програм розвитку галузі, вивчення впливу культури на економічне життя країни, впровадження програм активної взаємодії з іншими секторами економіки для підвищення ваги культури в градації економічного вираження.

Реформування управлінської гілки влади повинно орієнтуватись на міжвідомчу співпрацю з питань культури та туризму:

- створення простої та зрозумілої системи підпорядкування об'єктів туристичного значення;
- залучення експертної групи в процес розробки та вдосконалення законодавчої бази;
- створення контролюючих важелів за виконанням нормативів зі збереження навколишнього середовища та істрико-культурної спадщини;
- моніторинг реалізації проєктів та програм розвитку;
- оперативне звітування про результати роботи та можливість отримання оперативної статистичної інформації у вільному доступі;
- вивчення міжнародного досвіду в питаннях ефективного розвитку туризму;

— проведення наукових рамкових проєктів.

Високих та швидких результатів економічного розвитку туристичної індустрії можна досягти за умови зваженої державної політики активного сприяння: визначення стратегічних пріоритетів на напрямів розвитку індустрії та їх реальної імплементації на практиці, створення умов для залучення не тільки іноземних інвестицій, а й активізації процесів із залучення внутрішнього інвестиційного ресурсу, що значно прискорить становлення України як держави з ринковою економікою. Особливу увагу потрібно приділити співпраці з громадським сектором в питаннях вирішення проблем галузі, розробці програм розвитку. З цією метою потрібно зробити доступним для широкого кола громадськості поточної інформації, оприлюднювати здобутки, широко висвітлювати проблеми галузі, заходи необхідні для подолання бар'єрів розвитку, оперативно надавати інформацію у вільному доступі на профільних сайтах як аналітичного, так і юридичного характеру, проводити роз'яснювальні консультації, запроваджувати заходи з покращення інфраструктури, розробити національні стандарти якості послуг, адаптовані до світових стандартів, сертифікувати та категоризувати туристичні об'єкти.

Основний рушійний важіль сучасного економічного простору, що спровокував значні зміни в розвитку людства та його діяльності, — інформаційний фактор. Подальший розвиток туристичної індустрії має відбуватися відповідно до тенденцій та специфіки інформаційного суспільства (доступність інформації для широкого загалу, грамотне позиціонування країни на світовому терені та цікавий, з точки зору учасників міжнародного туристичного потоку, контент). Підвищення конкурентності туризму України можна реалізувати через створення єдиного уніфікованого мультимедійного сайту. Активне залучення медіа-ресурсу в процес становлення та розвитку галузі робить доступним інформаційний ресурс не тільки для внутрішнього користування, а й зарубіжним споживачам медіа простору. Доступність Інтернет-ресурсу має широкі можливості в просуванні туристичного продукту України. Головна задача медіа-простору полягає в створенні інформаційного якісного та цікавого формату: туристично-орієнтованого для задоволення потреб туристичного потоку та конструктивно-аналітичного для учасників ланцюга пропозиції [17].

Для інтеграції країни у світовий культурний простір в Україні потрібно створити національний інститут для постійного представництва й розвитку української культури за кордоном та налагодження систематичного інформаційного потоку на зразок Британської Ради в Великобританії та Гете Інституту в Німеччині, котра б систематично представляла у світі українську культуру. З цією метою доцільно буде активізувати роботу дипломатичних представництв та створити мережу культурних українських центрів, метою яких були б популяризація української мови, пропаганда української культури та традицій, розповсюдження інформації про соціо-економічне життя країни, культурні, історичні, природні цінності та можливості, налагодження міжнародних зв'язків в сфері культури. З метою покращення обізнаності міжнародного туристичного потоку про туристичні можливості України потрібно провести на державному рівні грамотний

маркетинг, визначити основні пріоритети туристичного розвитку, більше уваги, в тому числі й фінансової, приділити брендуванню країни на міжнародних ринках, участі країни в міжнародних проектах та програмах з поетапним висвітленням результатів діяльності в ЗМІ. Потрібно провести серйозну роботу з брендингу чи навіть ребрендингу (Чорнобиль, нестабільність політичної ситуації), що є ще більш складним завданням.

Окрім міжнародної діяльності, велику увагу потрібно приділити адміністративно-територіальній реформі міст з включенням програм сучасного брендингу в систему розвитку територіальних одиниць. Вагомий внесок в створення туристичного образу міст України на фундаментальному рівні зробив Інститут трансформації суспільства, що за підтримки міжнародного Вишеградського фонду в 2010 р. реалізував проект "Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України", також Інститутом створено інтегральний Інтернет-ресурс www.cityukraine.info (проект "Українські міста в Інтернеті") в рамках програми МАТРА КАП Посольства Королівства Нідерланди в Україні, що дозволяє вивчати міжнародний досвід брендингу та ознайомлюватись з адміністративно-територіальними активами міст України. Унікальність даного проекту полягає у визначенні реальних важелів підвищення конкурентоспроможності регіонів України за допомогою імплементації успішного міжнародного досвіду в розвиток українських територій. Окрім основних цілей проекту — підвищення конкурентоспроможності регіонів України, даний підхід до позиціонування регіонів, в кінцевому підсумку, дозволяє згенерувати сталі туристичні образи та сформувати передумови розвитку внутрішнього туризму. Загальновідомим є той факт, що розвиток туризму через збільшення обсягу іноземного туристичного потоку є бажаним пріоритетним напрямом міжнародного розвитку. Проте на початковому етапі формування якісного міжнародного туристичного продукту України розвиток внутрішнього туризму є дуже важливим, адже незначні зміни в напрямі покращення інфраструктури та розвитку ланцюга туристичної пропозиції активізують внутрішні туристичні потоки і, як наслідок, стартовий етап економічного розвитку як туризму, так і регіону. Залучення населення України в туристичні процеси внутрішнього туризму дозволить поглибити самосвідомість, знання культури, історії, стимулювати збереження природних пам'яток, розширити географію відпочинку для широких верств населення, а також зробити перший вклад в інвестування власної економіки. Тому внутрішній туризм, його розвиток та економічний вплив на формування туристичної пропозиції виступає початковою стартовою ланкою на шляху формування туристичного продукту для виходу на міжнародний ринок.

Для популяризації внутрішнього туризму, окрім адміністративно-територіальної реформи, маркетингу та правильного позиціонування міст, до процесу брендингу потрібно залучити весь потенціал освітнього процесу, інформаційний фактор та активізувати діяльність громадськості. Сучасні реалії вимагають ефективного розвитку, а тому орієнтацію на профільні комплексні підходи та виділення пріоритетних напрямів розвитку з урахуванням максимального потенціалу конкурентоспроможності та конкурентності [17]. Низька продуктивність туризму, го-

ловним чином, проявляється через відсутність організованого професійного підходу до вирішення проблемних питань галузі. Частково проблему можливо вирішити через забезпечення кваліфікованими кадрами на всіх етапах виконавчого процесу на рівні держави та в галузі на рівні підприємств. Кваліфікований та професійний підходи дають змогу стратегічно підходити до питань розвитку та становлення галузі на світовому економічному просторі. В даному випадку мова йде про симбіоз спеціалістів різних галузей, що прямо чи опосередковано впливають на функціонування туристичного ланцюга пропозиції. Не останню роль в питанні формування стратегічних програм розвитку туризму відіграє туристична культура учасників процесу. В освітньому середовищі потрібно вивчити досвід зарубіжних колег, проаналізувати їхні підходи до навчального процесу та вивести консолідовану методику підготовки наших спеціалістів. Внесок освіти в популяризацію внутрішнього туризму можливо здійснити через введення туристично-екскурсійної системи виховання в програму навчального процесу. Потрібно ініціювати створення студентських туристичних спілок та волонтерських груп із залученням закладів вищої освіти та профільних наукових установ для проведення роботи з вивчення туристичних можливостей регіонів України, розробки нових маршрутів, визначення особливостей розвитку регіону та пріоритетної спеціалізації. До процесу популяризації напрямів потрібно залучити як культурну, так і політичну еліту, організувати на державному рівні прес-тури з політиками, зірками естради, журналістами, поступово залучаючи міжнародну спільноту. Необхідно скоординувати діяльність громадських організацій для вироблення єдиної політики взаємодії з органами влади та тактики дій на міжнародному ринку.

На місцевих рівнях потрібно створити передумови для зацікавленості власників туристичних фондів та інвесторів вкладати кошти у відновлення та реконструкцію не тільки готельно-розважальних комплексів, але й прилеглих до них територій, розбудову під'їзних шляхів. З метою проведення єдиної державної політики з розвитку туризму, на нашу думку, потрібно також створити загальнодержавну концепцію архітектурно-проектної розбудови житлового фонду країни з урахуванням етнографічних та історичних особливостей регіонів та залучити в процес розбудови галузі місцеві архітектурні відомства. Такий підхід дозволить уникнути строкатості та хаосу в архітектурних формах, дозволить акцентувати та підкреслити історичний архітектурний спадок та будівельні досягнення сучасності без пригнічення одних іншими. Стан туристичної та суміжних інфраструктур потребує перегляду та адаптації до потреб туристичної пропозиції. Важливим кроком на шляху становлення комплексності туристичної пропозиції України буде створення програм та закріплення процедур залучення приватного капіталу в відновлення, реконструкцію та розвиток інфраструктур на вигідних умовах з гарантуванням наданих прав.

Наступним пунктом потрібно провести інвентаризацію всіх об'єктів, що потребують відновлення чи реконструкції. Потрібно створити базу не тільки з реєстром закладів туристичного спрямування, але й туристичну базу пам'яток культури, архітектури, історії. Під ці об'єкти потрібно розробити цікаві та туристично привабливі

інвестиційні проекти із застосуванням сучасних інноваційних підходів заощадження ресурсів та збереження навколишнього середовища, створити умови сприятливі для інвестиційної діяльності. З метою найбільш повної реалізації всього туристичного потенціалу України та міжнародної конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг потрібно здійснити ряд заходів, спрямованих на реструктуризацію санаторно-курортного фонду з метою генерації високоякісного медичного персоналу та сучасного технічного забезпечення для надання якісних медичних послуг з реабілітації й лікування в період міжсезоння, а також супутніх послуг в період вираженої сезонності. Переформування структури санаторних закладів для ефективної активної діяльності в період міжсезоння, підвищення якості послуг, підняття рівня сервісу до міжнародних стандартів. Підвищення рівня комфортності та розвиток супутніх інфраструктур має відбуватися також в потенційних регіонах та спеціалізуватись на комплексному забезпеченні туристичним продуктом із залученням всіх доступних ресурсів (клімат, мінеральні води, грязі, море, гори, історико-культурна спадщина). Саме курорти комплексного спрямування та якісним наданням послуг за міжнародними стандартами можуть стати стимулом для залучення туристичного потоку із Західної Європи.

ВИСНОВКИ

Роль держави та ефективне використання управлінської інструментарію в розробці стратегії виходу на міжнародний ринок туристичних послуг надзвичайно велика. Регулювання більшості питань вимагає ретельного підходу та розробки поетапних комплексних планів впровадження. Особлива увага на державному рівні має приділятися пріоритетам сталого розвитку, налагодженню діалогу "влада — підприємець", ліквідації інформаційного вакууму та підвищенню туристичної свідомості українців. Розробка та практичне впровадження запропонованої автором стратегії дозволить в найближчому майбутньому добитись істотного поступу в розвитку туристичної галузі та просуванню на міжнародний ринок.

Література:

1. Сорока С.П. Регуляторна політика держави у сфері туризму і її реалізація на регіональному рівні / С.П. Сорока // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
2. Мармуль Л.О. Державна підтримка аграрного та сільського туризму / Л.О. Мармуль // Вчені записки Кримського інженерно-педагогічного університету. — 2009. — № 19. — С. 94—97.
3. Куценко В.І. Екологічна безпека — передумова розвитку індустрії туризму / В.І. Куценко // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
4. Кальченко О.М. Проблеми формування інвестиційної політики в туристичній галузі / О.М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. — 2009. — № 38. — С. 18—26.
5. Свіда І.В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І.В. Свіда // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2009. — № 28(3). — С. 64—69.
6. Харченко Л.В. Проблема формування позитивного іміджу України в контексті підготовки до Євро-2012 / Л.В. Харченко // Стратегічні пріоритети. — 2009. — № 4 (13). — С. 107—112.
7. Биркович В.І. Тенденції та перспективи розвитку туристично-рекреаційної галузі в Закарпатській області / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. — 2009. — № 2 (11). — С. 218—224.
8. Пантюхіна О. Формування територіальної системи туризму в Азово-Чорноморському регіоні України / О. Пантюхіна // Досвід та перспективи розвитку міст України. — 2009. — № 17. — С. 183—189.
9. Кудера Н.М. Напрямки розвитку візного та виїзного туризму Україна — Польща / Н.М. Кудера, В.О. Самойленко // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
10. Захарчук С.С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі в Україні / С.С. Захарчук // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
11. Валінкевич Н.В. Удосконалення економічного механізму оцінки стану розвитку туризму в регіоні / Н.В. Валінкевич, К.Є. Орлова // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
12. Колесник О.О. Економічна оцінка туристичної привабливості України / О.О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
13. Глоба С.В. Провідні напрями вирішення проблем туристичного ринку на регіональному рівні України / С.В. Глоба // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2010. — № 1. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
31. Шабардіна Ю.В. Аспекти конкурентоспроможності рекреаційної сфери (на прикладі Чернігівської області) / Ю.В. Шабардіна // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2009. — № 2. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
14. Момонт Т.В. Особливості формування ринку конкурентноздатних туристичних послуг / Т.В. Момонт // Економіка. Управління. Інновації [Електронне наукове фахове видання]. — 2009. — № 2. — Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/index.html].
15. Сандел Т. Культурна політика України — оцінка міжнародних експертів / Т. Сандел. — К.: БРВУ, 2007. — 56 с.
16. Передумови та етапи розвитку сільського зеленого туризму в Карпатському регіоні України. — Режим доступу: [http://tourlib.net/statti_ukr/silturb.html]
17. Михайлов Е.А. Проблемы развития туризма в Крыму / Е.А. Михайлов // Ученые записки Таврического Национального университета. — 2006. — Выпуск № 12 (51).

Стаття надійшла до редакції 06.05.2011 р.