УДК 330.48

І. Я. Антоненко,
д. е. н., доцент, професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

I. Antonenko,
doctor of economics, docent, professor of the Department of Hotel, Restaurant and tourism business, Kyiv National Trade and Economic University

STATE REGULATION OF THE TOURIST PRODUCT PROMOTION: INTERNATIONAL AND DOMESTIC EXPERIENCE

У статті розглянуто питання державного регулювання процесу просування туристичного продукту. Проаналізовано світовий досвід формування попиту на послуги туристичних підприємств, який показав, що туризм розвивається там, де відбувається інтеграція держави та капіталу на основі господарських відносин. Запропоновано напрями надання державної підтримки розвитку туризму в країні.

The article deals with the issue of state regulation of the promotion of the tourism product. Analysis of international experience creating demand for the services of travel companies. This experience has shown that tourism is developing in countries where the integration of state and capital on the basis of economic relations. Directions state support for tourism development in the country.

Ключові слова: державне регулювання, туристичні підприємства, просування туристичного продукту, моделі державного регулювання.
Key words: government regulation, tourism businesses, promoting tourism product, the model of state regulation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах економічної, соціальної нестабільності і низької конкурентоспроможності туристичної галузі України виникає необхідність створення сучасних форм розвитку туризму, на основі становлення партнерських відносин між державою і бізнесом. Сьогодні туризм у світі є найперспективнішою галуззю економіки, зокрема навіть у часи світової кризи 2008—2009 років частка доходів від туризму знизилася на 6 % порівняно зі скороченням світового експорту на 12 %. Триваюче зміцнення туризму має особливо важливе значення в умовах нинішньої економічної невизначеності і підкреслює необхідність посилення політичної прихильності і підтримки сектора. Його важливість у здатності забезпечувати зростання і створення робочих місць, що має підкріплюватися підтримкою держави [1].

Туризм в Україні представлений майже повністю недержавним сектором економіки. Україна ще не досягла достатнього розвитку у сфері в'їзного туризму, тому є важливим і актуальним питання вивчення зарубіжного досвіду країн, що пройшли певний шлях і накопичили успішний досвід з приваблення туристів, створенні та просування туристичного продукту з метою популяризації в'їзного туризму.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню питання державного регулювання туристичної галузі приділяється багато уваги у працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Значний внесок у дослідження проблем розвитку, управління та функціонування туристичної індустрії, зокрема просування туристичного продукту зробили вчені: Александрова А., Борущак М., Герасименко В., Михайліченко Г., Любіцева О., Писаревський І., Полянських Е., Стеченко Д., Ткаченко Т. та ін.

Проте незважаючи на теоретичні дослідження різних аспектів розвитку туризму, недостатньо розглянуто можливості використання зарубіжного досвіду регулювання розвитку туристичної індустрії для України,

зокрема таких аспектів, як державного регулювання процессу просування туристичного продукту, а також проблем формування й розвитку туристичної індустрії з урахуванням особливостей ринкової економіки.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є визначення особливостей та важливості міжнародного та вітчизняного досвіду державного регулювання в галузі туризму по просуванню туристичного продукту.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Туризм сьогодні — це дещо більше, ніж подорожі, він увійшов до першочергових потреб людства, оскільки здатний вирішувати одну з глобальних потреб сучасності — проблему ефективного тайм-менеджменту, відкриваючи можливості паралельно та одночасно ефективно реалізувати дві функції — соціального характеру (оздоровчу, духовну й гуманітарну) та професійно-ділову (укладання угод, проведення нарад, вирішення стратегічних завдань тощо) [2].

Розглядаючи особливості організації державного управління в міжнародній практиці, туризм розвивається там, де відбувається інтеграція держави та капіталу на основі господарських відносин, пов'язаних з управлінням довгостроковими програмами, тому в теорії і практиці 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 розвинених 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, наприклад, у США, де було ліквідовано державну адміністрацію.

Друга модель передбачає створення спеціального державного органу, який контролює діяльність усієї 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.

Третя модель реалізовується за умов передачі повноважень вирішення питань туризму багатогалузевому міністерству. В такому багатофункціональному 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 [4].

Варіант реалізації третьої моделі, оскільки саме дана модель є найближчою за організацією діяльності управління туристичним бізнесом для України, розглянемо на прикладі Франції та Іспанії, а також досвід державного управління туризмом країн-сусідів, які є й найбільшими конкурентами в цій сфері для України [5].

У Франції міжнародну туристичну політику координує Міністерство транспорту та суспільних робіт, у 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). Одночасно місцева влада також має вагомі повноваження у вирішенні питань туризму.

До 80-х років XX-го століття туристична політика Іспанії була чітко централізованою та вузькоспеціалізована на розвиток лише туризму типу "сонце — пісок", що разом з тим не приносило ефективних результатів. 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 створення та просування високоякісного, конкурентоспроможного туристичного продукту [4].

На сучасному етапі в Іспанії розвиток туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа "Paradores" (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри в Мадриді й Малазі та Іспанський інститут туризму "Turespaca".

Повноваження самого Міністерства економіки невеликі. Такі важливі функції, як ліцензування, сертифікація послуг, розробка стратегії розвитку туріндустрії є прерогативою місцевої влади. З метою координації їх діяльності в країні створена Рада з розвитку туризму, до складу якої входять представники державних органів влади всіх рівнів та представники приватного бізнесу.

Іспанський інститут туризму "Turespaca" займається залученням іноземних туристів, здійснюючи рекламну діяльність та промоцію іспанських курортів за кордоном. Дана організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету.

Як результат, Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету для проведення політики просування національного туристичного продукту за кордоном, 70% якого надається урядом країни.

У таблиці 1 наведено статистичні дані щодо тенденції відвідування першої десятки країн протягом 2000—2012 рр.

Таблиця 2 містить статистичні дані щодо динаміки показників туристичної діяльності основних країн-конкурентів.

Перехід на початку 90-х років XX століття Польщі, Румунії, Угорщини, Словаччини, Чехії, Болгарії до ринкової системи господарювання вимагав структурних змін не тільки в туристичній галузі даних країн, але всієї туристичної політики та її ідеології. В аналогічній ситуації в розглянутий період опинилися країни Співдружності Незалежних Держав, включаючи Україну. Ось чому особливий інтерес для нашої держави на даному етапі представляють процеси реформування туристичних комплексів країн Центральної і Східної Європи, сама концепція розвитку туризму та інформаційно-рекламного забезпечення туристичного продукту в даних країнах на початку XXI століття [7].

Таблиця 1. Показники туристичної діяльності в країнах-лідерах світового туризму

Ранг	Міжнародне прибуття, млн осіб					Доходи від міжнародного туризму, млрд дол.				
	2000	2005	2010	2011	2012	2000	2005	2010	2011	2012
Світ	678	809	950	996	1035	475	680	930	1042	1075
1. США	51,2	49,2	59,8	62,7	-	82,9	82,2	103,5	116,1	128,6
2. Іспанія	46,4	55,9	52,7	56,2	57,7	30,0	48,0	52,5	59,9	55,9
3. Франція	77,2	75,0	77,6	81,6	83,0	33,0	44,0	46,9	54,5	53,7
4 .Китай	31,2	46,8	55,7	57,6	57,7	16,2	29,3	45,8	48,5	50,0
4. Італія	41,2	36,5	43,6	46,1	46,4	27,5	35,4	38,8	43,0	41,2
6. Німеччина	19,0	21,5	26,9	28,4	30,4	18,7	29,2	34,7	38,9	38,1
7. Великобританія	23,2	28,0	28,3	29,3	29,3	21,9	30,7	32,4	35,1	36,4
8. Австралія	4,9	5,5	5,9	5,9	6,1	9,3	16,8	29,1	31,5	31,5
9. Гонконг	8,8	14,8	20,1	22,3	23,8	5,9	10,3	22,2	27,7	31,7
10. Таїланд	9,6	11,6	15,9	19,2	22,4	7,5	9,6	20,1	27,2	30,1

Джерело: [6].

Таблиця 2. Показники туристичної діяльності в основних країнах-конкурентах

Ранг	Міжнародне прибуття, млн осіб					Доходи від міжнародного туризму, млрд дол.				
	2000	2005	2010	2011	2012	2000	2005	2010	2011	2012
1. Туреччина	9,6	24,2	31,4	34,7	35,7	7,6	19,2	22,6	25,1	25,7
2. Росія	19,2	19,9	20,3	22,7	25,7	3,4	5,9	8,8	11,3	11,2
3. Польща	17,4	15,2	12,5	13,4	14,8	5,7	6,3	9,5	10,7	10,9
4. Україна	**6,4**	**17,6**	**21,2**	**21,4**	**23,0**	**0,4**	**3,1**	**3,8**	**4,3**	**4,8**
5. Угорщина	3,0	10,0	9,5	10,3	10,4	3,8	4,1	5,4	5,6	4,8
6. Чехія	4,8	9,4	8,6	9,0	8,9	3,0	4,8	7,1	7,6	7,0
7. Словаччина	-	-	1,3	2,5	-	-	-	2,2	3,4	-
8. Болгарія	2,8	4,8	6,0	6,3	-	2,9	3,0	3,6	3,9	-

Джерело: [6].

Практично всі ці країни після розпаду соціалістичної системи Радянського Союзу зіткнулися з проблемою низької конкурентоспроможності національного туристичного продукту на європейському туристичному ринку. Якість же турпродукту, запропонованому вибагливому європейському споживачеві, не відповідала стандартам, які були прийняті в країнах Європейської співдружності, внаслідок вкрай нерозвиненої та занепалої матеріальної бази. Відсталість останньої відповідала стандартам, які існували наприкінці 80-х років у цих країнах.

Усвідомивши становище, в якому опинився міжнародний туризм в даних країнах, і розуміючи, яку економічну роль він відіграватиме в майбутньому, Польща, Чехія, Словаччина, Болгарія, Румунія розпочали глобальне реформування туристичних комплексів. На даний час ринок туристичних послуг у даних країнах є вільним і функціонує в умовах досконалої конкуренції. Як правило, держава прямо не втручається в діяльність туристичних суб'єктів, а регулює її за рахунок податків на обслуговування туристів та конкретно надані туристичні послуги [7].

Наприклад, для реалізації нової моделі туризму в Угорщині, уряд розробив так званий "План Сечені". У даному документі пріоритетними для вирішення визнавалися проблеми подальшого розвитку туристичного сектора національної економіки, а саме: підвищення ефективності іноземного туризму за рахунок поліпшення туристичного обслуговування; зміцнення стабільності туристичної галузі за рахунок розвитку внутрішнього туризму; залучення туристів з нетрадиційно туристичних для Угорщини країн. На розвиток туризму відповідно до "Плану Сечені" уряд держави виділив з бюджету понад 200 млн євро. Кошти надавалися приватним підприємцям і муніципалітетам, щоб останні з додаванням власного капіталу інвестували їх у ті галузі, де існує відповідна розвинена інфраструктура.

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 [4].

Аналогічна робота проводиться в Словаччині. На даний час Словацьким банком гарантії та розвитку реалізується схвалена урядом Програма підтримки розвитку туризму, яка передбачає часткову дотацію державою кредитів для реструктуризації туристичної інфраструктури. В республіці ведеться активна робота з розвитку і вдосконалення законодавства в галузі туризму та приведенню його у відповідність з правовими засадами Євросоюзу. Необхідно зазначити, що 90-ті роки XX століття для Словаччини періодом активного створення та діяльності туристичних неурядових структур. Наприклад, Асоціація туристичних фірм координує діяльність туристичних організацій, здійснює маркетингові дослідження, сприяє туристичним підприємствам та органі-

Таблиця 3. Природний туристично-рекреаційний потенціал та забезпечення ним населення регіонів України

Регіони	Потреба в туристично-рекреаційних територіях, тис. га	Природний туристично-рекреаційний потенціал, тис. га	Землі туристично-рекреаційного призначення, тис. га	Забезпечення регіону		Частка природно-рекреаційного потенціалу в ПРП регіону
				мінеральними водами, $м^3$/осіб	лікувальними грязями, $м^3$/осіб	
АР Крим	479,1	185,0	132,0	0,024	0,057	5,275
Вінницька область	69,5	135,1	28,7	0,072	0,047	3,852
Волинська область	75,4	224,0	172,4	0,015	0,164	6,387
Дніпропетровська область	187,4	50,3	31,3	0,022	0,012	1,434
Донецька область	234,3	52,6	86,6	0,094	-	1,5
Житомирська область	77,4	316,0	80,3	0,059	0,008	9,01
Закарпатська область	183,9	425,9	155,4	0,336	0,048	12,143
Запорізька область	127,8	17,4	59,2	0,028	0,014	0,496
Івано-Франківська область	151,5	183,8	257,5	0,264	0,115	5,241
Київська область	300,0	174,0	40,1	0,3	0,024	4,961
Кіровоградська область	66,8	58,7	12,5	0,083	-	1,674
Луганська область	58,4	113.4	72,8	0,045	-	3,233
Львівська область	172.0	339,8	116,4	0,429	0,329	9,688
Миколаївська область	65,9	22,1	58,4	0,032	-	0,63
Одеська область	93,8	69,7	114,8	0,044	0,047	1,987
Полтавська область	88,7	110,7	118,8	0,145	0,044	3,156
Рівненська область	57,8	111,0	181,4	0,041	0,075	3,165
Сумська область	80,4	153,2	161,6	0,014	-	4,368
Тернопільська область	58,2	96,6	117,7	0,508	0,003	2,754
Харківська область	244,0	176,7	60,0	0,054	-	5,038
Херсонська область	72,1	11,8	166,4	0,041	0,004	0,336
Хмельницька область	78,9	125,2	309,5	0,135	0,007	3,57
Черкаська область	118,0	120,4	33,8	0,032	-	3,433
Чернівецька область	62,8	64,1	67,4	0,020	-	1,827
Чернігівська область	166,4	169,8	248,6	0,144	-	4,841

Джерело: [8].

заціям у встановленні контактів з іноземними партнерами. Активно функціонують Союз власників готелів, Союз гідів, Союз агротуризму тощо.

У 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 туризму в Польщі на 2007—2015 рр. було визначено, що уряд буде підтримувати розвиток та підвищення конкурентоспроможності, рентабельності та доступності національного туристичного продукту [4].

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 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 туристичними 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.

Цікавим є створення в даному Міністерстві управління європейської інтеграції та міжнародних відносин, що здійснює контроль за ефективністю заходів в галузі туризму

Реформування туристичного комплексу Чехії та Болгарії здійснюється також шляхом покращення інфраструктури, приведення якості обслуговування туристів у відповідності зі стандартами Євросоюзу, вдосконалення законодавчої бази та системи управління туристичної галуззю. Міністерство регіонального розвитку Чехії для підтримки суб'єктів туризму створило три підпрограми державної програми з розвитку туризму. Головні цілі даних проектів — підтримка розвитку чеських курортів, сприяння будівництву додаткової інфраструктури для спортивно-рекреаційного відпочинку, а також пропагування Чеської Республіки за кордоном як ідеального місця для відпочинку.

Політична і фінансова стабільність, досконала законодавча база створюють сприятливе середовище

для розвитку туризму в Болгарії. Лише за останні кілька років в реконструкцію старих і будівництво нових готелів інвестовано 250 млн євро. В результаті потік іноземних туристів збільшується на 10—15% щорічно [1].

Отже, із вищесказаного можна зробити висновок, що згадані країни дійсно обрали своєю стратегічною метою реформування господарського комплексу країни, пов'язаного з туристичним сектором економіки. В цьому напрямі вони вже зробили вагомі кроки, про що свідчать дані міжнародних туристичних прибуттів ВТО [6].

Аналіз принципів організації роботи в туристичній галузі країн, що мають розвинуту індустрію туризму, доводить необхідність надання державної підтримки розвитку туризму, зокрема, у сфері рекламно-інформаційної діяльності, приклади фінансування якої не залишають сумнівів у доцільності впливу розвитку туризму на загальноекономічне зростання та проведення відповідної державної політики. Це є важливою передумовою формування туристичних підприємств галузі як високоприбуткового сектора економіки, чинника соціального розвитку та культурного піднесення країни при збереженні її самобутності та національної суті туристичної галузі, гармонійної інтеграції цих країн у європейські та світові гуманізаційні та глобалізаційні процеси [7].

Що ж до України, безперечним аргументом для розвитку та просування туристичних продуктів та державного регулювання цих процесів є ресурсний потенціал туристично-рекреаційної сфери, що є потужним комплексом для розвитку соціально-економічних чинників [8].

Як видно з таблиці 3, найбільший природний туристично-рекреаційний потенціал у розрахунку на 1 тис. жителів мають Волинська, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Сумська та Чернігівська області, де рівень цього показника в 1,5—4 рази перевищує середній по Україні.

Досить низькими показниками характеризуються Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Миколаївська та Херсонська області, де показник туристично-рекреаційного потенціалу в розрахунку на тисячу жителів є в 7—10 разів меншим від середнього показника по Україні.

Ключовою галуззю в Україні може стати туристична. Це випливає з того, що 19 із 29 регіонів України є прикордонними, а їх загальна площа становить близько 77% усієї території держави. Найбільшим серед них є українсько-російський транскордонний регіон, площа якого становить понад 385 тис. кв. км. До його складу входять 10 областей — Донецька, Луганська, Харківська, Сумська і Чернігівська області України та Брянська, Курська, Білгородська, Воронезька і Ростовська області Російської Федерації. Тут проживає близько 23 млн чол. За кількістю населення українсько-російський транскордонний регіон є найбільшим.

Найприйнятнішою, як зазначалось вище, моделлю розвитку для України є третя модель, згідно якої створене Міністерство й існує відділ з органом управління в туризмі. Взагалі в Україні за 2009—2012 рр. відбулися реорганізаційні зміни в органах управління туристичною діяльністю, ліквідувалася Державна служба з туризму і курортів України, на місце якої створено Державне агентство туризму і курортів.

Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Віце-прем'єр-міністра України — Міністра інфраструктури України, входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів. У своїй діяльності воно керується Конституцією та законами України, актами Президента України та Кабінету Міністрів України, наказами Міністерства інфраструктури України, іншими актами законодавства України, дорученнями Президента України та Міністра інфраструктури України. Основними завданнями Держтуризмкурорту України є реалізація державної політики у сфері туризму та курортів, а також внесення пропозицій Віце-прем'єр-міністру України — Міністру інфраструктури України щодо її формування.

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

Рада у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, актами Президента України, постановами Верховної Ради України, актами Кабінету Міністрів України, наказами Віце-прем'єр-міністра України — Міністра інфраструктури України, наказами Держтуризмкурорту України, дорученнями Голови Держтуризмкурорту.

Основними завданнями Ради є підготовка пропозицій Державному агентству України з туризму та курортів щодо:

— сприяння проведення ефективної державної політики з питань туризму та курортів на регіональному рівні;

— питань, що потребують міжрегіонального узгодження співпраці стосовно питань розвитку туристично-рекреаційного потенціалу регіонів;

— формування та реалізації державної політики у сфері туризму та курортів;

— шляхів, механізмів та способів вирішення проблемних питань, що виникають на регіональному рівні у сфері туризму та курортів;

— сприяння розширенню зайнятості у туристичній сфері та розбудову туристичної та курортної інфраструктури на регіональному рівні;

— удосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму та курортів;

— підготовки та опрацювання регіональних програм розвитку сфери туризму та курортів;

— забезпечення поширення інформації про Україну, її регіони і їх туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

— організації створення загальнодержавної інформаційної мережі у туристичній і курортній сферах;

— сприяння підготовки та реалізації програм міжнародної технічної допомоги у сфері туризму та курортів.

На нашу думку, важливим було б створення організації, яка б відповідала за рекламу, маркетингову політику і просування туристичного продукту України на зарубіжні ринки і фінансувалася б з державного бюджету та частково з джерел підприємств-меценатів. Дана організація до свого складу включала б туристичні підприємства, а саме: туроператори, турагенти, готелі, курорти, громадські організації, інформаційні центри в Україні та створення ряду їх представництв за кордоном.

Варто зауважити на важливій ролі утворених органів управління з туризму в єврорегіонах України. Єврорегіони — одна з вищих організаційних, юридично закріплених форм транскордонного співробітництва суміжних самоврядних територіальних спільнот та місцевих органів державної влади прикордонних регіонів європейських держав, що являють собою міжнародні об'єднання у складі декількох адміністративно-територіальних одиниць держав-сусідів. Зокрема, в Карпатському регіоні — це Рада з туризму Карпатського регіону. Такі ж органи управління діють в єврорегіонах "Буг", "Слобожанщина", "Нижній Дунай", "Верхній Прут", "Дніпро".

Єврорегіони відіграють роль своєрідних мостів європейської інтеграції і своєю діяльністю сприяють її політичному прискоренню. Основні правові й організаційні засади розвитку єврорегіонів визначені в Європейській рамковій конвенції про транскордонне співробітництво, підписаній країнами-членами Ради Європи в Мадриді, де зазначається, що "транскордонне співробітництво означає будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями, які знаходяться під юрисдикцією двох або декількох договірних сторін, та на укладення з цією метою будь-яких необхідних угод або досягнення домовленостей", в тому числі і туристичних [9].

ВИСНОВКИ

Таким чином, проаналізовано світовий досвід формування попиту на послуги туристичних підприємств, який показав, що туризм розвивається там, де відбувається інтеграція держави та капіталу на основі господарських відносин, пов'язаних з управлінням довгостроковими програмами. На підставі виокремлених особливостей організації управління туристичною індустрією виділено три моделі державного регулювання галузі туризму, одна з яких може бути адаптована до українських реалій. Дана модель реалізується за умов передачі повноважень вирішення питань туризму багатогалузевому міністерству, в якому створюється спеціалізований підрозділ, що вирішує питання державного регулювання сфери туризму та проводить маркетингову політику, спрямовану на формування та прогнозування попиту на туристичні продукти.

Література:

1. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.world-tourism.org

2. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму / І. Білецька. — Журнал Європейської економіки. — Том 10 (№ 2). — Тернопіль: ТНЕУ, 2011. — С. 178—187.

3. Герасименко В.Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). — № 12. — С. 19—24.

4. Кейван О.І. Основні умови та чинники формування попиту на послуги в туризмі / О.І. Кейван // Економіка: проблеми теорії і практики: Збірник наукових праць. Випуск 262: В 12 т. — Т. XI. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. — С. 293—299.

5. Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму / Т. Ткаченко // Вісник КНТЕУ, 2004. — № 6. — С. 80—85.

6. Tendencies in world tourism [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.world-tourism.org

7. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туризму. Монографія. — Л.: ІРД НАНУ, 2006, — 288 с.

8. Куценко В.І. Соціальний вектор економічного розвитку: монографія / В. І. Куценко; під наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. НАН України Б.М. Данилишина. НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. — К.: Наукова думка, 2010. — 736 с.

9. Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями. — Мадрид, 21 травня 1980 року: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.zakon2.rada.gov.ua

References:

1. World Tourism Organization (2011), available at: http://www.world-tourism.org (Accessed 20 September 2011).

2. Bilezka, I. (2011), "Business tourism in the context of international travel", Journal of the European economy, vol. 10 (№ 2), pp. 178—187.

3. Gerasimenko, V.G. and Galasuk, S.S. (2008), "Office of National Tourism in the context of international experience", Herald DITB, vol. 12, pp. 19—24.

4. Keyvan, O.I. (2010), "The main conditions and factors creating demand for services in tourism", Economy: Problems of theory and practice: Collected Essays, vol. 11 (№ 262), pp. 293—299.

5. Tkachenko, T. (2004), "Trends in world tourism", Herald KNTEU, vol. 6, pp. 80—85.

6. Tendencies in world tourism (2013), available at: http://www.world-tourism.org (Accessed 11 August 2013).

7. Boruschak, M. (2006), "Problems of tourism development strategy. monograph", The Regional Institute of research of the NASU, Lviv, Ukraine.

8. Kuzenko, V.I. (2010), "Vector social economic development: monograph", Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.

9. European outline convention on transfrontier cooperation between territorial communities or authorities (1980), available at: http://www.zakon2.rada.gov.ua

Стаття надійшла до редакції 27.09.2013 р.