

"On the social sciences." Indeed, in the present context, the existing regulatory and legal framework to effectively develop social tourism can not.

Keywords: social sciences, organizational mechanism tourism, tourism market, tourism functions, the infrastructure of tourism, competitiveness, natural resource potential, cultural heritage, security.

Список використаної літератури:

1. Державна програма розвитку туризму на 2002 – 2014 роки // Офіційний вісник України. – 2014. – №18. – С. 144 – 154.
2. Закон України «Про курорти» // Відомості Верховної Ради. – 2013. – №50. – С. 435.
3. Закон України «Про туризм» від 19.09.95 №324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 31. – Ст. 241. – С. 705 – 717.
4. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Зб. нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Юрінком Інтер, 2012. – 640 с.
5. Про основні напрямки розвитку туризму в Україні: Указ Президента України від 10. 08. 1999. № 973/99 // Урядовий кур'єр. – 1999. – 29 вересня .
6. Туристична діяльність в Україні: нормативно-правове регулювання / Роїна О.М. (2-е вид., змін та доп.). – К.: КНТ, 2013. – 464 с.

УДК: 338.48

Саламатіна С. Є.

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

Постановка проблеми. Сьогодні в умовах глобальних перебудов і переорієнтації галузей економіки важливим є зростання потреб і мотивів людей до туристичної діяльності. Туризм як галузь економіки поступово займає лідерські позиції в багатьох країнах світу, а також і в Україні. Але для ефективного функціонування цієї галузі народного господарства слід розробити ефективні механізми його діяльності, які в Україні мають перші кроки реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження питань, які пов'язані з державною політикою розвитку туризму, зробили такі вчені та фахівці як А. Ю. Александрова, В. О. Алексуніна, А. М. Бабашкіна, І. Т. Балабанов, О. О. Бейдик, В. С. Боголюбов, С. О. Бистров, Д. Л. Вилоух, Л. І. Гонтаржевська, П. В. Гудзь, Ю. П. Гуменюк, В. Ф. Данильчук, Л. П. Дядечко, М. І. Кабушкін, В. О. Квартальнов, В. Ф. Кифяк, О. О. Любіцева, М. П. Мальська, Д. М. Стеченко та інші науковці.

Наукові роботи цих учених створили теоретичні та практичні засади туристичної діяльності, а також державної політики розвитку туризму як галузі національного господарства.

Водночас, коло проблем, які пов'язані зі створенням та реалізацією державної політики розвитку туризму як галузі національного господарства, яка орієнтована на вирішення загальноекономічних та соціальних питань, на наш погляд, не знайшли належного відображення в науковій літературі.

Формулювання завдання дослідження. Невирішеним залишається питання вдосконалення державної політики та стратегії розвитку туризму в Україні на основі

економічних і соціальних підходів. Саме тому необхідно обґрунтувати нові напрями та цілі розвитку туризму для задоволення реальних потреб туристів та створити нову модель стратегії, в якій держава, туристичні організації та підприємства туристичної індустрії мають спільно розвивати національний туризм як один із засобів стабілізації та збалансованого соціально-економічного розвитку країни.

Виклад основного матеріалу. Туризм значно впливає на економіку України і частково забезпечує зайнятість населення, підтримує платіжний баланс, стимулює зростання ВВП. За даними Всесвітньої ради з туризму й подорожей (ВРТП) індустрія туризму України в 2009 р. забезпечила робочими місцями більше 230,2 тис. людей та створила ВВП у розмірі більше 15,5 млрд. грн. (табл. 1) [1; 2].

Таблиця 1

Показники зайнятості населення та ВВП у туристичній індустрії України в 2009-2012 рр.

Статистичні показники	2009	2010	2011	2012
Середня кількість робочих місць протягом року у сфері туризму, тис. осіб	230,2	228,6	236,8	257,4
Вклад туризму у ВВП країни, млрд. грн.	15,5	18,2	22,5	23,4

Експерти ВРТП за період 2011-2021 рр. прогнозують зростання частки ВВП, отриманого від розвитку туризму в Україні, на 6,9 % і зростання зайнятості населення в цьому секторі не менше 2,5 %. При цьому в країнах Європи ці показники за вказаний період за прогнозами ВРТП складуть не більше 5,2 % і 0,5 % відповідно [3].

Стратегія розвитку регуляторної політики у сфері туризму реалізується на основі комплексу завдань з розвитку законодавчої бази та регуляторної політики туризму й підприємництва, що є системним комплексом і включає плани розвитку законодавчої бази туризму та підприємництва. Регулювання розвитку сфери туризму на державному рівні проводиться з метою збільшення економічного потенціалу туристичної індустрії, розвитку соціально-економічної інфраструктури місць перебування, зростання зайнятості населення туристичних регіонів, збільшення валового національного доходу туристичної діяльності, захисту споживачів туристичних послуг, надання їм необхідних гарантій безпеки, організації конкурентоспроможної туристичної діяльності на основі міжнародних стандартів, збереження ландшафту, рекреаційних ресурсів і пам'яток історії, екологічного захисту територій шляхом регулювання зростаючих туристичних потоків тощо.

При цьому збільшення економічного потенціалу та розвиток соціально-економічної інфраструктури регулюється державним бюджетом, податковим та інвестиційним законодавством. Збільшення валового національного доходу регулюється податковим законодавством. Організація конкурентоспроможної індустрії туризму - нормативно-правовими актами підприємництва, актами з ліцензування туристичної діяльності економічних суб'єктів господарювання; податковим та зовнішньоекономічним законодавством. Таким чином, комплексний характер державної політики та стратегії розвитку туризму в Україні передбачає формування нової системи державного стратегічного планування розвитку туризму.

Необхідність системи державного стратегічного планування розвитку туризму, на нашу думку, пов'язана з чотирма основними чинниками:

- залежністю економічного розвитку регіонів України від індустрії туризму;
- доцільністю розвитку сфери туризму для залучення додаткових ресурсів для збалансованого розвитку економіки країни;
- необхідністю задоволення зростаючих потреб населення країни та іноземних туристів до подорожей, організації відпочинку й дозвілля;

- проблемами стрімкого розвитку індустрії туризму в частині захисту історичної спадщини та довкілля в умовах масового туризму.

До основних груп чинників, які впливають на реалізацію стратегії розвитку туризму в Україні, слід віднести: соціально-економічні, демографічні, екологічні, медично-біологічні, політичні, соціально-психологічні, природні, культурно-історичні, матеріально-технологічні. Перелічені групи чинників, на нашу думку, доцільно поділити на два класи: селективні та реалізації, які, у свою чергу, можуть бути віднесені до локальних і чинників загальної дії.

Селективні чинники визначають необхідність і доцільність розвитку міжнародного туризму. До цих чинників можна віднести соціально-економічні, демографічні, політичні та соціально-психологічні. Чинники реалізації стратегії сприяють найбільш повному задоволенню потреб споживачів туристичного продукту в туризмі. Це, передусім, матеріально-технічні чинники, інтегровані в клас чинників загальної дії. Локальні чинники розвитку туризму визначають межі туристичної діяльності на конкретній території. До таких чинників віднесені природні, екологічні та медично-біологічні, культурно-історичні чинники.

Необхідно відмітити, що до чинників, які негативно впливають на реалізацію стратегії розвитку туризму відносять: економічні кризи, зростання цін на основні предмети споживання, безробіття, мілітаризацію, зростання зовнішньої заборгованості, політичну нестабільність, страйки, криміногенний стан, фінансову нестабільність (інфляція, стагнація валют), скорочення обсягів індивідуального споживання, екологічний стан довкілля, банкрутство туристичних підприємств, посилення контролю туристичних процедур, зниження квот обміну валют, невиконання туристичними фірмами зобов'язань. Негативні чинники значно впливають на соціальний і молодіжний туризм, які є найбільш чутливими до зміни умов туристичних подорожей.

До чинників, які впливають на розвиток туризму, відносять чинник сезонності. Залежно від сезону обсяг туристичної діяльності на ринку може мати значні коливання. Туристичним організаціям й установам у цьому відношенні необхідно формувати низку заходів, які спрямовані на зменшення сезонних спадів діяльності у сфері туризму. Такими заходами, наприклад, можуть бути введення сезонної диференціації цін та тарифів на проживання в готелях, транспортні й санаторні послуги, а також інтенсивний розвиток нових видів туризму, які не схильні до сезонних коливань, зокрема, наукового, ділового та інших.

Стратегія розвитку туризму повинна включати заходи з подолання негативних тенденцій, які склалися за попередні роки. До таких проблем доцільно віднести: нерівномірність територіального та видового розвитку туризму, неефективне використання наявного фонду розміщення, слабкі темпи уведення в експлуатацію нових об'єктів туризму, недосконалість мережі транспортних та екскурсійних послуг, слабкий розвиток посередницької діяльності в туризмі, низький рівень організації та управління туризмом.

З іншого боку, стрімкий розвиток індустрії туризму може призвести до виникнення кола проблем соціально-економічного характеру. Досвід політики розвитку туризму в Іспанії, Греції та Туреччині щодо розв'язання кола таких проблем свідчить про необхідність державного стратегічного планування розвитку туризму в частині розвитку транспорту, комунікацій, туристичної інфраструктури, захисту природного середовища.

Відмітимо, що державне стратегічне планування розвитку туризму (концепції, стратегії, програми) є одним із елементів державної політики у сфері туризму. В Україні існує декілька розроблених концепцій, стратегій і програм розвитку туризму. Недоліком стратегії є відсутність механізмів фінансування та відповідальних за її реалізацію [2].

З іншого боку, стратегічна мета розвитку рекреаційної сфери України, перш за все, полягає у формуванні конкурентоспроможних на світовому та національному рівнях туристичного продукту й санаторно-курортних послуг на основі ефективного

використання наявного потенціалу, модернізації й реконструкції існуючої матеріально-технічної бази та туристичної інфраструктури.

Також необхідно відмітити, що розроблені сьогодні стратегії розвитку туризму не мали адекватної інформаційної бази для стратегічного планування, оскільки перехід від централізованого планування до ринкової економіки порушив процеси збору та аналізу даних в Україні. Крім того, внаслідок ухилення від оподаткування значна частина діяльності приватного сектору туризму не надає звітність [4; 5]. Тому офіційна статистика тенденцій у сфері туризму та подорожей в Україні не зовсім точно відтворює економічні процеси цього сектору.

Для більш точного планування й прогнозування необхідності змін у сфері туризму важливо відстежувати тенденції й динаміку зростання потреб на послуги у сфері туризму та подорожей, що допомагає визначити загрози й нові можливості у сфері туризму. Як інформаційну базу для розробки стратегії розвитку туризму доцільним є використання системи допоміжних рахунків туризму (Tourism Satellite Account, TSA), створену WTTC. Система допоміжних рахунків надає можливості для планування та формування політики розвитку туризму. У цьому випадку щорічне оновлення TSA забезпечить наявність точних даних для залучення сфери туризму до стратегії економічного розвитку країни.

Розробка стратегії державної політики розвитку туризму повинна забезпечити прогнозування й планування розвитку туристичного комплексу, обсягу туристичних потоків, ресурсних можливостей туристичних територій, потреб населення та економіки держави. З метою вдосконалення системи стратегічного планування розвитку туризму в Україні необхідно створити систему стратегічного планування розвитку туристичних територій, наприклад, на основі кластерного підходу, забезпечити інтеграцію науки та туристичної індустрії в процесі розробки та реалізації стратегії.

Доцільно зауважити, що Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними, лікувально-оздоровчими та історико-культурними ресурсами, які викликають потреби у вітчизняних та іноземних туристів. Однак на міжнародному туристичному ринку національний туристичний продукт і природні ресурси України оцінюються як менш привабливі та менш конкурентоспроможні, у порівнянні з іншими країнами [6; 7]. Причиною є недостатньо обґрунтований стратегічний підхід, за якого сфера туризму на рівні державної політики не включена в моделі економічних, соціальних та гуманітарних функцій, збереження природного навколишнього середовища, культурно-історичної спадщини, наповнення бюджетів, створення нових робочих місць, збільшення питомої ваги сфери туристичних послуг у структурі ВВП країни.

Крім того, спостереження та експертні оцінки сучасного стану туризму в зарубіжних країнах показують, що розвиток іноземного туризму повинен супроводжуватися державними програмами розвитку внутрішнього (національного) туризму [8]. Таким чином, в умовах ринкових відносин стратегія розвитку туризму України в межах соціально-економічної політики держави повинна бути орієнтована на три основні стратегічні напрями:

- забезпечення можливості використання туристичною індустрією необхідних туристичних ресурсів;
- забезпечення доступності користування туристичними продуктами та послугами для задоволення потреб населення та іноземних туристів;
- забезпечення вільного пересування туристів, викликаного мотивами розвитку туристичної сфери та іншими потребами суспільства.

Необхідно зауважити, що в останні роки спостерігається інтенсивне зростання конкуренції на ринку туристичних потреб, який відбувається в результаті дії наступних чинників [9; 10]:

- появи нових країн з експансивними стратегіями залучення туристів;
- досягнення деякими формами та видами туризму точки насичення;

- упровадження нових технологій у туристичній індустрії та інновацій на ринок туристичних послуг;

- впливу на ринок туризму чинників глобальної економіки.

Україна може успішно конкурувати у сфері туризму за наявності наступних стратегічних підходів у реалізації сучасної політики та стратегії розвитку туризму:

- розвиток туристичних продуктів за існуючими напрямками туризму;
- формування нових видів туризму та туристичних продуктів;
- залучення до туристичної сфери нових туристичних ресурсів;
- створення конкурентоспроможних туристичних послуг міжнародної якості шляхом інноваційного розвитку туристичної індустрії;
- розширення інфраструктури та географії туристичних подорожей шляхом формування нових районів призначення;
- розширення сфери дії державного туристичного маркетингу та міжнародної співпраці туристичних організацій;
- введення зустрічного обміну у сфері туристичної діяльності.

З іншого боку, для сфери туризму економічна конкуренція, технологічні зміни й державна політика перебувають у постійній мінливості. Виходячи з цього, стратегія розвитку туризму повинна змінюватися з урахуванням виникаючих економічних умов і змін на світовому та внутрішньому ринках туризму. Це, на нашу думку, припускає єдиний підхід у стратегічному плануванні, який доцільно звести до трьох основних послідовних етапів, а саме:

- на першій стадії розробки стратегії важливим є рішення;
- на другій стадії важливими елементами є маркетинг та контроль;
- на третій стадії необхідним стає контроль за поточними витратами.

Вирішення завдань підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії в Україні можливо також шляхом формування стратегії державної політики розвитку туризму, яка заснована на ефективній моделі співпраці держави, бізнесу та суспільства (приватно-державного партнерства). За цим підходом подолання наявних негативних тенденцій, створення системних передумов для розвитку інфраструктури та матеріальної основи, поліпшення функціональної й технологічної якості туристичних продуктів повинні стати пріоритетами стратегії державної політики розвитку туризму в політиці економічного розвитку країни в цілому.

Доцільно зауважити, що слабкий розвиток інфраструктури туризму в Україні вимагає включення до стратегії розвитку завдання про введення туризму до сфери відтворення продуктивних сил в частині відновлення фізичного та психологічного потенціалу людини. При цьому соціальна функція державної політики туризму повинна вирішувати економічні та соціальні завдання розвитку нових форм туристичних послуг, які можуть бути реалізовані на основі розвитку головної ланки виробництва цих послуг - підприємствах туристичної індустрії.

Висновки. Таким чином, європейська модель державно-приватного партнерства є найбільш продуктивною, зважаючи на різноманіття форм взаємодії органів державного та регіонального управління, а також на можливість залучення фінансових вкладень приватного сектору економіки. Наслідком реалізації цього підходу є формування змішаних державно-приватних інститутів у сфері туризму, які спроможні створити та реалізувати комплексну стратегію розвитку туризму. Однак для ефективного функціонування цієї моделі необхідне постійне державне фінансування в частині участі держави у формуванні та просуванні національного туристичного продукту, фінансування інвестиційних проектів у розвиток туристичної інфраструктури, організації та проведення міжнародних туристичних виставок, здійснення маркетингових досліджень та рекламно-інформаційної діяльності.

Анотація

Розглянуто питання вдосконалення державної політики розвитку туризму в

Україні.

Ключові слова: туризм, сфера туризму, туристичний продукт, стратегія розвитку туризму, стратегія планування, конкурентоспроможність.

Анотація

Рассмотрен вопрос усовершенствования государственной политики развития туризма в Украине.

Ключевые слова: туризм, сфера туризма, туристический продукт, стратегия развития туризма, стратегия планирования, конкурентоспособность.

Summary

Is looked through the option of improvement of State policy of tourism development in Ukraine.

Keywords: tourism, sphere of tourism, tourist product, tourism development strategy, strategy planning, competitiveness.

Список використаних джерел:

1. Програма співробітництва ВЕФ в областях туризму та туризму. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http:// www.unwto.org/index](http://www.unwto.org/index)
2. Офіційний сайт Кабінету міністрів України - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
3. UNWTO World Tourism Barometer. – Madrid : UNWTO Publications. –2011. – Vol. 5, № 2, June. – 48 p.
4. Гуменюк Ю. П. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу: Дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01 / Ю. П. Гуменюк // Інститут регіон. досліджень НАН України. – Львів, 2006. – 198 с.
5. Шкарлет С. М. Тенденції і перспективи розвитку туристичної галузі України у складі національної та світової економіки / С. М. Шкарлет, О. М. Кальченко // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 10. - С. 36-43.
6. Гонтаржевська Л. І. Конкурентні переваги українських туристичних підприємств у міжнародному регіоні та шляхи їх посилення /Л. І. Гонтаржевська // Збірник наукових праць. – Вип. 47. – К.: ІСЕМВ НАНУ, 2005. – С. 213-218.
7. Индекс конкурентоспособности в области туризму и туризма - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.weforum.org>.
8. Dutkowski M. Strategic tourist markets of the Pomeranian voivodship. University of Gdansk, 2004. – 78 s.
9. Федулова Л. І. Інноваційні контури розвитку туризму: [Основні світові тенденції розвитку інноваційної діяльності туризму] / Л. І. Федулова //Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 2. - С. 137-147.
10. Шевеля Г. І. Зовнішні фактори ризику в туризмі / Г. І Шевеля // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С. 199-202.