

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЗАВОРУЄВА ОЛЕНА СЕРГІЇВНА

УДК 338.48:330.34 (043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ
РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

08.00.03 – економіка та управління національним господарством
Галузь знань – економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Заворуєва О. С.

Науковий керівник – Гуцалюк Олексій Миколайович, кандидат економічних
наук, доцент

Запоріжжя – 2019

АНОТАЦІЯ

Заворуєва О. С. Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2019.

У дисертації вирішено низку логічно взаємопов'язаних завдань, що дає підстави стверджувати про досягнення поставленої мети дослідження. Зокрема, розглянуто туризм як стратегічну галузь національної економіки; визначено методичні підходи до формування стратегії управління розвитком туристичної галузі й інформаційно-методичне забезпечення управління розвитком туристичної галузі; проведено оцінювання розвитку туристичної галузі України та стратегії управління її розвитком; досліджено закордонний досвід розвитку туристичної галузі країни; сформовано концепцію управління розвитком туристичної галузі України; удосконалено організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України; надано науково-практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії розвитку туристичної галузі.

Визначено туристичну галузь як комплекс матеріально-речових, інформаційних, організаційних умов, що забезпечують надання туристичних послуг через виконання економічної функції туризму як галузі національної економіки в напрямках: стимулювання розвитку елементів інфраструктури національної економіки; збільшення дохідної частини бюджету за рахунок прямих і непрямих податків; залучення іноземної валюти й інвестицій; впливу на диверсифікацію економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму; забезпечення зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту населення.

Набув розвитку підхід до інформаційно-методичного забезпечення управління розвитком туристичної галузі, який включає систему чинників

впливу та показників, що вимірюють їх вплив: зміни у витратах і прибутку, зміна довгострокових темпів зростання галузі, вплив адміністративних органів і зміна політики уряду, соціальна значущість галузі, глобалізація галузі та її стійкість до економічного спаду виробництва в країні з метою оцінювання ефективності функціонування туристичної галузі.

Удосконалено підхід до оцінювання реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який передбачає доповнення контрольних показників за напрямками стратегії: нормативно-правова база (пріоритет подорожей та туризму, міжнародна відкритість, легкість ведення туристичного бізнесу); розвиток людських ресурсів (людські ресурси й ринок праці); маркетингова політика розвитку туризму та курортів (конкурентоспроможність цін, якість послуг, туристичний імідж, бренд) для всебічного висвітлення результатів практичної реалізації заходів політики підтримки туристичної галузі.

Для аналізу стану та підвищення ефективності функціонування туристичної галузі України визначено систему чинників за убуванням прояву впливу: зміни у витратах і прибутку, зміна довгострокових темпів зростання галузі, вплив адміністративних органів і зміна політики уряду, соціальна значущість галузі, глобалізація галузі та її стійкість до економічного спаду виробництва в країні. Чинниками, які найбільше впливають на розвиток туристичної галузі та на його гальмування, є зміна довгострокових темпів зростання галузі, зміни у витратах і прибутку та стійкість галузі до економічного спаду національного виробництва. При цьому ступінь активності зазначених чинників як стимуляторів розвитку є меншою за одиницю, а отже, вони зазнають значного впливу з боку інших чинників системи. Якщо розглядати ці чинники як такі, що гальмують розвиток, то їх вплив на інші чинники є більш суттєвим, ніж вплив, якого вони самі зазнають.

Найменшою мірою стимулюють і гальмують розвиток туристичної галузі її глобалізація та вплив адміністративних органів. При цьому за умов

зростання ці чинники справляють суттєвий вплив на інші чинники системи, а за умов скорочення – навпаки, підпадають під більший вплив інших чинників.

Порівняльний аналіз основних напрямів реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 р., контрольних показників розвитку, зазначених у Стратегії, та складових Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму свідчить, що контрольні показники характеризують лише два напрями розвитку Стратегії, які стосуються безпеки туристів і розвитку туристичної інфраструктури. Отже, для всебічного висвітлення результатів реалізації заходів щодо розвитку туристичної галузі України необхідно доповнити перелік контрольних показників за напрямами: нормативно-правова база (пріоритет подорожей та туризму, міжнародна відкритість, легкість ведення туристичного бізнесу); розвиток людських ресурсів (людські ресурси й ринок праці); маркетингова політика розвитку туризму та курортів (конкурентоспроможність цін, якість послуг, туристичний імідж, бренд).

З метою визначення проміжних результатів реалізації Стратегії визначено шість із семи контрольних показників протягом 2015–2018 рр., які мали тенденцію до зростання. При цьому найближчими до зазначених у Стратегії темпів зростання контрольних показників є збільшення обсягів надходжень до зведеного та місцевих бюджетів. Найменша відповідність у темпах зростання спостерігається для показників кількості іноземних туристів, які в'їжджають до Україн, та чисельності штатних працівників. Також недостатніми є темпи зростання кількості суб'єктів туристичної діяльності й внутрішніх туристів.

На основі відносних значень змін компонентів конкурентоспроможності туристичної галузі України відповідно до напрямів Стратегії з урахуванням їх спрямованості можна зробити висновок, що позитивні результати досягнуто за напрямами «безпека туристів», «нормативно-правова база» та «розвиток туристичної інфраструктури». При

цьому додаткову увагу необхідно приділити створенню та розвитку культурних і спортивних об'єктів, організації міжнародних зустрічей, підвищенню якості природного середовища шляхом створення національних парків і заповідників, удосконаленню сектору охорони здоров'я.

Розвинуто систему заходів щодо вдосконалення державної політики підтримки туристичної галузі на основі закордонного досвіду, яка включає заходи щодо стимулювання розвитку туристичних центрів, а саме: створення та функціонування єдиної розгалуженої державної інформаційної й аналітичної платформи туризму; розвиток інформаційної політики та системи маркетингової комунікації з просування й позиціонування українського туристичного іміджу та бренду, аудит якості й легальності надання туристичних послуг і діяльності туристичних організацій; реалізація національної програми з поширення екотуризму, «зеленого» туризму тощо, які спрямовані на підвищення результативності стратегії розвитку туристичної галузі.

Удосконалено концепцію управління розвитком туристичної галузі України, яка передбачає створення сприятливого ринкового середовища (умов) реалізації суб'єктами національного, регіонального й міжкордонного рівнів туристичної діяльності шляхом упровадження системи державного регулювання практичної реалізації напрямів політики підтримки туристичної галузі (дії інструментів (механізмів) прямого та непрямого впливу) відповідно до пріоритетних напрямів стратегії розвитку туристичної галузі й критеріїв її ефективності, підвищуючи рівень реалізації цільових програм туристичної галузі України.

Запропоновано організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України, який ґрунтується на системі послідовного здійснення суб'єктами туристичної діяльності та державними органами, органами місцевого самоврядування туристичних регіонів організаційно-управлінських і фінансово-економічних функцій з реалізації концепції розвитку туризму через заявлену стратегію шляхом імплементації

програм та стратегії розвитку туристичної галузі з метою сформування сприятливих умов розвитку туристичної галузі.

Удосконалено науково-практичний підхід до посилення державного регулювання у сфері практичної реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який включає напрями державної політики регулювання туристичної галузі, такі як: розробка й створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі; розробка та створення системи екологічної стандартизації й сертифікації туристичної діяльності; упровадження та забезпечення системи брендингу галузі й відповідної освіти у сфері туризму за критеріями ефективності надання туристичних послуг на ринку галузі (економічна й соціальна ефективність, екологічна ефективність цільових програм, креативність реалізації програм і заходів).

Ключові слова: туристична галузь, організаційно-економічний механізм, національна економіка, стратегія, державне регулювання, інформаційно-методичне забезпечення.

SUMMARY

Zavorueva O. S. Improving the management strategy for the development of the tourism industry in Ukraine. – On the rights of the manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Economics, specialty 08.00.03 – Economics and Management of National Economy. – Classic Private University, Zaporizhzhia, 2019.

The thesis addresses a number of logically interrelated tasks that can be used to confirm the achievement of the goal of the study. In particular, tourism is considered as a strategic branch of the national economy; methodological approaches to the formation of tourism development management strategy and information and methodological support for tourism development management are defined; the development of the tourism industry of Ukraine and the strategy of its development management were evaluated; foreign experience of development of

tourist industry of the country is researched; the concept of tourism development management of Ukraine is formed; the organizational and economic mechanism of ensuring the development of the tourism industry of Ukraine has been improved; scientific and practical recommendations on improving the tourism industry development strategy have been provided.

The tourism industry is defined as a complex of material, information, organizational conditions that provide the provision of tourist services through the fulfillment of the economic function of tourism as a branch of the national economy in the following areas: stimulating the development of elements of infrastructure of the national economy; increase in budget revenue through direct and indirect taxes; attraction of foreign currency and investments; influencing the diversification of the economy, forming industries serving the tourism industry; ensuring the growth of incomes of the population and raising the level of welfare of the population.

An approach to information and methodological support of tourism industry development has been developed, which includes a system of factors of influence and indicators that measure their impact: changes in costs and profits, changes in long-term growth rates of the industry, influence of administrative bodies and changes in government policy, social importance of the industry, globalization industry and its resilience to the economic downturn in the country in order to evaluate the efficiency of the tourism industry.

The approach to the evaluation of the implementation of the strategy of development of the tourism industry of Ukraine, which envisages the addition of control indicators in the directions of the strategy, has been improved: regulatory and legal base (priority of travel and tourism, international openness, ease of doing tourist business); development of human resources (human resources and labor market); marketing policy of tourism and resort development (competitiveness of prices, quality of services, tourist image, brand) for comprehensive coverage of the results of practical implementation of measures of support policy of the tourism industry.

To analyze the state and increase the efficiency of the tourism industry in Ukraine, a system of factors for decreasing manifestation of influence has been determined: changes in costs and profits, changes in long-term growth rates of the industry, influence of administrative bodies and change of government policy, social importance of the industry, globalization of the industry and its resilience to economic downturn production in the country. The factors that most influence the development of the tourism industry and the inhibition of this development are changes in long-term growth rates of the industry, changes in costs and profits and the sustainability of the industry to the economic downturn of national production. In this case, the degree of activity of these factors as stimulants of development is less than one, and therefore, they are significantly influenced by other factors of the system. If we consider these factors as impeding development, in this case their impact on other factors is more significant than the impact they themselves experience.

The globalization and influence of the administrative bodies stimulate and hinder the development of the tourism industry in the least. In the case of growth, these factors have a significant impact on other factors of the system, and in the case of reduction - on the contrary, fall under the greater influence of other factors.

A comparative analysis of the main areas of implementation of the Tourism and Resort Development Strategy for the period up to 2026, the benchmarks set out in the Strategy and the components of the Travel and Tourism Competitiveness Index shows that the benchmarks characterize only two areas of the Strategy development for tourists and development. tourism infrastructure. Therefore, in order to comprehensively cover the results of the implementation of measures for the development of the tourism industry of Ukraine, it is necessary to supplement the list of control indicators in the following areas: regulatory framework (priority of travel and tourism, international openness, ease of doing tourist business); development of human resources (human resources and labor market); marketing policy of tourism and resort development (price competitiveness, quality of services, tourist image, brand).

In order to determine the interim results of the implementation of the Strategy, six out of seven benchmarks over the period 2015-2018 were identified, which tended to increase. At the same time, the closest to the growth rates of the benchmarks indicated in the Strategy is the increase in the revenues to the consolidated and local budgets. The smallest correspondence in the growth rate is observed for the number of foreign tourists entering Ukraine and the number of staff. There is also insufficient growth in the number of tourist and inward tourists.

Based on the relative values of changes in the components of competitiveness of the Ukrainian tourism industry in accordance with the directions of the Strategy, taking into account their orientation, we can conclude that positive results have been achieved in the areas of "tourist safety", "regulatory framework" and "development of tourist infrastructure". Special attention should be paid to the creation and development of cultural and sports facilities, the organization of international meetings, the enhancement of the quality of the environment through the creation of national parks and reserves, and the improvement of the health sector.

Developed a system of measures to improve the state policy of supporting the tourism industry based on foreign experience, which includes measures to stimulate the development of tourist centers, namely: the creation and functioning of a single branched state information and analytical tourism platform; development of information policy and marketing communication system for promotion and positioning of Ukrainian tourist image and brand, audit of quality and legality of rendering of tourist services and activity of tourist organizations; implementation of a national program for the promotion of ecotourism, "green" tourism, etc., which are aimed at improving the effectiveness of the tourism industry development strategy.

The concept of management of development of tourist industry of Ukraine, which provides creation of favorable market environment (conditions) of realization by subjects of national, regional and cross-border levels of tourism activity by means of introduction of system of state regulation of practical

realization of directions of policy of support of tourist industry (actions of instruments (mechanisms) direct and indirect, is improved influence) in accordance with the priority directions of the tourism industry development strategy and criteria for its effectiveness, increasing en implementation of programs of tourism industry in Ukraine.

The organizational-economic mechanism of ensuring the development of the tourism industry of Ukraine is proposed, which is based on the system of consistent implementation by the entities of tourist activity and state bodies, local self-government bodies of tourist regions of organizational, managerial and financial-economic functions in implementing the concept of tourism development through the stated strategy through the implementation of programs and strategies for the development of the tourism industry in order to create favorable conditions for the development of the tourism industry.

The scientific and practical approach to the strengthening of state regulation in the sphere of practical implementation of the strategy of development of the tourism industry of Ukraine, which includes the directions of the state policy of regulation of the tourism industry: development and creation of a comprehensive economically advantageous system of development of the tourism industry; development and creation of a system of ecological standardization and certification of tourist activities; implementation and provision of the system of branding of the branch and corresponding education in the sphere of tourism by the criteria of efficiency of rendering tourist services in the market of the branch (economic and social efficiency, ecological efficiency of target programs, creativity of implementation of programs and measures).

Key words: tourism, organizational and economic mechanism, national economy, strategy, state regulation, information and methodological support.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

*Статті в наукових фахових виданнях України та у виданнях,
які включені до міжнародних інформаційних і наукометричних баз:*

1. Заворуєва О. С. Закордонний досвід розвитку туристичних центрів країни. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2012. № 6. С. 319–324. (0,45 д. а.)

2. Заворуєва О. С. Статистичне вивчення тенденцій туристичних потоків України. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. 2015. Вип. 16. С. 173–180. (0,47 д. а.)

3. Заворуєва О. С. Рекреаційні зони в Україні: стан та перспективи розвитку. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. 2015. Вип. 17. С. 60–66. (0,44 д. а.)

4. Заворуєва О. С., Мазуренко О. К. Інформаційно-методичне забезпечення діяльності туристичної галузі в сучасних умовах. *Економічний аналіз*: зб. наук. пр. 2016. Т. 25. № 1. С. 45–50.

Особистий внесок здобувача: запропоновано систему чинників та показників, що вимірюють їх вплив на розвиток туристичної галузі.
(0,43/0,21 д. а.)

5. Заворуєва О. С. Науково-практичні рекомендації щодо удосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 251–255. (0,43 д. а.)

6. Заворуєва О. С. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28. Ч. 1. С. 218–222. (0,41 д. а.)

Матеріали наукових конференцій:

7. Zavorueva O. S. Tourism as a target of statistical research. *Statistics of the XXI Century: New Challenges, New Opportunities. Proceeding of the international scientific conference*. Kyiv: Taras Shevchenko national university of Kyiv, 2015, P. 50–51. (0,10 д. а.)

8. Заворуєва О. С. Статистика туризму: тенденції розвитку. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали VI Міжнар. ювілейної до 55-річчя ЧДТУ наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2015. Т. 1. С. 96–99. (0,11 д. а.)
9. Заворуєва О. С. Перспективні напрямки розвитку сільського зеленого туризму України. *Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес*: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2015. С. 221–224. (0,12 д. а.)
10. Заворуєва О. С. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. *Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016. Т. 1. С. 113–114. (0,10 д. а.)
11. Заворуєва О. С. Вплив туризму на світову економіку. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2017. Т. 1. С. 214–217. (0,11 д. а.)
12. Zavorueva O. S. Analysis of statistics information support of tourism in Ukraine Statistics of the XXI Century: New Challenges, New Opportunities. *Proceeding of the international scientific conference*. Kyiv: Taras Shevchenko national university of Kyiv, 2017. P. 63–64. (0,12 д. а.)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	23
1.1. Туризм як стратегічна галузь національної економіки.....	23
1.2. Методичні підходи до формування стратегії управління розвитком туристичної галузі.....	400
1.3. Інформаційно-методичне забезпечення управління розвитком туристичної галузі.....	57
Висновки до розділу 1.....	76
Список використаних джерел до розділу 1.....	77
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ.....	81
2.1. Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі України.....	81
2.2. Оцінка стратегії управління розвитком туристичної галузі України.....	97
2.3. Закордонний досвід розвитку туристичних центрів країни...115	
Висновки до розділу 2.....	129
Список використаних джерел до розділу 2.....	131
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	136
3.1. Формування концепції управління розвитком туристичної галузі України.....	136
3.2. Науково-практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України.....	150
3.3. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України.....	164

	14
Висновки до розділу 3.....	178
Список використаних джерел до розділу 3.....	179
ВИСНОВКИ.....	183
ДОДАТКИ.....	186

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасною тенденцією розвитку національної економіки є зростання частки туристичних послуг у структурі ВВП і споживання. У туристичну галузь інтенсивно інтегруються новітні інформаційно-комунікаційні технології, електронна торгівля та інші ресурси інформаційної економіки. Такі процеси зумовлюють пошук країнами з нижчою конкурентоспроможністю туристичної сфери нових механізмів з удосконалення управління туристичною галуззю та державної політики щодо розвитку туризму, формування туристичної інфраструктури країни відповідно до міжнародних стандартів, використання потенціалу туристичних ресурсів. Такі зміни стосуються, зокрема, й України. Ці механізми мають відповідати макроекономічній стратегії розвитку сфери туризму й тактики туристичної діяльності, а також обґрунтованим конкретним заходам щодо впровадження інноваційних форм організації туристичної діяльності і принципів сталого розвитку економіки туристичної галузі.

Необхідність розвитку туристичної галузі зумовлена сталим зростанням туристичних потоків і доходів від туризму, підвищенням економічного значення туристичної галузі. Відповідно до нових умов її розвитку, інтеграції країни у світовий туристичний простір, загроз, пов'язаних з функціонуванням безвізового режиму з країнами – гігантами європейського туристичного бізнесу, сьогодні актуальною є розробка ефективних механізмів забезпечення розвитку туристичної галузі України. Системна й ліберальна державна політика та державне регулювання розвитку туристичної галузі дасть можливість сформувати привабливий і безпечний туристичний ринок в Україні.

Напрями розвитку вітчизняної туристичної галузі є предметом досліджень багатьох науковців. Питанням інноваційного розвитку

туристичної галузі країни приділяють увагу О. Беспала, А. Василенко, М. Лущик, В. Мазур, О. Покатаєва, О. Роїк, Т. Рядова, Н. Степаненко, Н. Стецько, В. Ткач, О. Трохимець, Т. Шелеметьєва, Н. Якименко-Терещенко та ін. Проблеми формування стратегії розвитку туризму, механізмів реалізації державної стратегії розвитку туристичної галузі досліджували у своїх наукових працях багато українських і зарубіжних учених, науковців та практиків, зокрема: О. Амоша, І. Балабанова, М. Біржакова, Д. Вєденіна, А. Гришук, В. Данильчука, О. Ігнатенко, В. Куценко, О. Любіцева, Л. Мазнік, О. Невелєв, В. Пазенок, В. Пила, А. Сидорова, В. Федорченко, І. Черниш, О. Чмир, В. Цибуха, В. Шкарупа, І. Школа, Е. Щепанський та ін.

Втім, існуючі наукові результати щодо управління розвитком туристичної галузі країни залишають невирішеними питання обґрунтування теоретичних і методичних основ, концептуальних підходів та розробки практичних рекомендацій щодо вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі. Актуальність зазначених проблем зумовила вибір теми дослідження, його мету й завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах науково-дослідних робіт Класичного приватного університету: «Сучасні проблеми модернізації та структурних трансформацій економіки Придніпровського регіону» (номер державної реєстрації 0114U006322), де здобувачем запропоновано науково-практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України; «Розвиток національної економіки в контексті сучасної економічної теорії» (державний реєстраційний номер 0116U000798), де здобувачем удосконалено концепцію управління розвитком туристичної галузі України.

Мета й завдання дослідження. *Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних основ та розробка концептуальних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України.*

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі *завдання*:

- розглянути туризм як стратегічну галузь національної економіки;
- визначити методичні підходи до формування стратегії управління розвитком туристичної галузі та інформаційно-методичне забезпечення управління розвитком туристичної галузі;
- провести оцінювання розвитку туристичної галузі України та стратегії управління її розвитком;
- дослідити закордонний досвід розвитку туристичної галузі країни;
- сформувати концепцію управління розвитком туристичної галузі України;
- удосконалити організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України.
- надати науково-практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України;

Об'єкт дослідження – процес управління розвитком туристичної галузі країни.

Предмет дослідження – теоретико-методичні основи та практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України.

Методи дослідження. Теоретичною й методологічною основою дослідження є фундаментальні положення та принципи економічної теорії, державного регулювання економіки, стратегічного управління, аналізу господарської діяльності, засади комплексного й системного аналізу. Для реалізації поставлених завдань використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів та підходів, такі як: *індукція й дедукція, узагальнення, абстрагування, пояснення, класифікація* – для обґрунтування теоретичних і методичних підходів до туризму як стратегічної галузі національної економіки (підрозділи 1.1, 1.2); *порівняння й системний підхід* – для визначення інформаційно-методичного забезпечення управління розвитком туристичної галузі (підрозділ 1.3); *аналіз і синтез, факторний аналіз,*

когнітивне моделювання – для проведення оцінювання розвитку туристичної галузі країни та стратегії управління її розвитком (підрозділи 2.1, 2.2); *суб'єктно-об'єктний підхід, порівняння й процесний підхід* – для дослідження закордонного досвіду розвитку туристичної галузі країни та вдосконалення стратегії розвитку туристичної галузі (підрозділи 2.3, 3.3); *системно-структурний метод* – для розробки концепції управління розвитком туристичної галузі України та організаційно-економічного механізму забезпечення розвитку туристичної галузі України (підрозділи 3.1, 3.2).

Інформаційну базу дослідження становлять дані Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, Державної служби статистики України, Державної казначейської служби України, законодавчі й нормативно-правові акти та програмні документи державних, регіональних і місцевих органів влади України, монографічні дослідження й наукові статті зарубіжних і українських авторів, а також публікації в спеціалізованих виданнях.

Наукова новизна одержаних результатів виявляється в тому, що отримані в процесі дослідження теоретичні й практичні результати в сукупності вирішують важливу наукову проблему управління розвитком туристичної галузі країни, зокрема вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України. Найбільш важливі наукові результати дослідження, що мають елементи новизни, полягають у такому:

удосконалено:

– концепцію управління розвитком туристичної галузі України, яка, на відміну від існуючих, передбачає створення сприятливого ринкового середовища (умов) реалізації суб'єктами національного, регіонального й міжкордонного рівнів туристичної діяльності шляхом упровадження системи державного регулювання практичної реалізації напрямів політики підтримки туристичної галузі (дії інструментів (механізмів) прямого й непрямого впливу) відповідно до пріоритетних напрямів стратегії розвитку туристичної

галузі та критеріїв її ефективності, що надає змогу підвищити рівень реалізації цільових програм туристичної галузі України;

– організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України, який, на відміну від попередніх, ґрунтується на системі послідовного здійснення суб'єктами туристичної діяльності та державними органами, органами місцевого самоврядування туристичних регіонів організаційно-управлінських і фінансово-економічних функцій з реалізації концепції розвитку туризму через заявлену стратегію, шляхом імплементації програм та стратегії розвитку туристичної галузі, – що дає можливість сформувати сприятливі умови для розвитку туристичної галузі;

– підхід до оцінювання реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який, на відміну від існуючих, передбачає доповнення контрольних показників за напрямками стратегії: нормативно-правова база (пріоритет подорожей та туризму, міжнародна відкритість, легкість ведення туристичного бізнесу); розвиток людських ресурсів (людські ресурси й ринок праці); маркетингова політика розвитку туризму та курортів (конкурентоспроможність цін, якість послуг, туристичний імідж, бренд), що дає можливість усебічного висвітлення результатів практичної реалізації заходів політики підтримки туристичної галузі;

– науково-практичний підхід до посилення державного регулювання у сфері практичної реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який, на відміну від попередніх, включає напрями державної політики регулювання туристичної галузі: розробка та створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі; розробка й створення системи екологічної стандартизації та сертифікації туристичної діяльності; упровадження й забезпечення системи брендингу галузі та відповідної освіти у сфері туризму відповідно до критеріїв ефективності (економічна й соціальна ефективність, екологічна ефективність цільових програм, креативність реалізації програм і заходів), що надає змогу виявити недоліки реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України;

набули подальшого розвитку:

– трактування сутності туристичної галузі, що, на відміну від існуючих, визначено як комплекс матеріально-речових, інформаційних, організаційних умов, що забезпечують надання туристичних послуг через виконання економічної функції туризму як галузі національної економіки в напрямках: стимулювання розвитку елементів інфраструктури національної економіки; збільшення дохідної частини бюджету за рахунок прямих і непрямих податків; залучення іноземної валюти й інвестицій; вплив на диверсифікацію економіки, утворюючи підгалузі, що обслуговують індустрію туризму; забезпечення зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту населення, що дає можливість підвищити якість туристичних послуг;

– підхід до інформаційно-методичного забезпечення управління розвитком туристичної галузі, який, на відміну від існуючих, включає систему чинників впливу і показників, що вимірюють їх вплив: зміни у витратах та прибутку, зміна довгострокових темпів зростання галузі, вплив адміністративних органів і зміна політики уряду, соціальна значущість галузі, глобалізація галузі та її стійкість до економічного спаду виробництва в країні, що надасть змогу оцінити ефективність функціонування туристичної галузі;

– систему заходів щодо вдосконалення державної політики підтримки туристичної галузі на основі закордонного досвіду, яка, на відміну від попередніх, включає заходи щодо стимулювання розвитку туристичних центрів, а саме: створення й функціонування єдиної розгалуженої державної інформаційної та аналітичної платформи туризму; розвиток інформаційної політики й системи маркетингової комунікації з просування та позиціонування українського туристичного іміджу й бренду, аудит якості та легальності надання туристичних послуг і діяльності туристичних організацій; реалізація національної програми з поширення екотуризму, «зеленого» туризму тощо, –

що надає змогу підвищити результативність стратегії розвитку туристичної галузі.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні теоретико-методичні напрацювання, розробки та положення дисертації доведено до рівня практичних рекомендацій, які в комплексі формують підґрунтя для вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України.

Практичні рекомендації, зокрема, щодо організаційно-економічного механізму забезпечення розвитку туристичної галузі, використано в практичній діяльності Департаменту економічного розвитку Запорізької міської ради (довідка № 14-263 від 05.02.2019). Наукові результати щодо впровадження закордонного досвіду розвитку туристичної галузі довели свою практичну цінність у роботі Запорізької торгово-промислової палати (довідка № 476 від 25.02.2019). Пропозиції автора щодо концепції управління розвитком туристичної галузі України враховано в практичній діяльності депутата Запорізької міської ради (довідка № 179/1 від 11.12.2018).

Результати дисертації використовують у навчальному процесі Класичного приватного університету під час викладання дисциплін: «Теорія галузевих ринків», «Національна економіка», «Регіональна економіка», «Менеджмент європейської інтеграції» (довідка № 964 від 26.03.2018).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійним завершеним науковим дослідженням. Визначені та обґрунтовані в ній наукові положення, висновки й пропозиції, одержані практичні результати є особистим внеском здобувача. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційній роботі використано лише ті ідеї та положення, що отримані автором особисто.

Апробація результатів дисертації. Основні положення й результати дослідження обговорювались і доповідались на 6 міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях і круглих столах, а саме: «Proceeding of the international scientific conference» (м. Київ, 2015 р.);

«Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (м. Черкаси, 2015 р.); «Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес» (м. Черкаси, 2015 р.); «Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці» (м. Вінниця, 2016 р.); «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (м. Черкаси, 2017 р.); «Proceeding of the international scientific conference» (м. Київ, 2017 р.).

Публікації. Основні наукові положення, висновки й результати дослідження викладено в 12 наукових працях, з них: 6 – статті в наукових фахових виданнях України (у тому числі 2 – у виданнях, включених до міжнародних інформаційних і наукометричних баз), 6 – матеріали конференцій. Загальний обсяг публікацій становить 3,29 д. а., особисто автору належить 3,08.

Структура й обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 204 сторінки, з них основний текст – 164 сторінки. Список використаних джерел включає: до розділу 1 – 28 найменувань, до розділу 2 – 43, до розділу 3 – 42. Робота містить 31 таблицю та 16 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ

РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

1.1. Туризм як стратегічна галузь національної економіки

Однією з найбільш динамічних галузей у міжнародній торгівлі послугами є туризм. Міжнародний туризм входить до трійки найбільших галузей-експортерів, поступаючись лише нафтовій промисловості та автомобілебудуванню, частка яких у світовому експорті становить 11 % та 8,6 % відповідно. Сьогодні туризм є найбільш розвинутою галуззю економіки. Частка туризму перевищує 10 % світової торгівлі послугами, а це надає змогу прогнозувати, що до 2020 р. він вийде на перше місце. Близько 12% світового валового продукту припадає на туризм, порівняно із 7% міжнародних інвестицій. Понад 260 млн осіб у світі (приблизно 10% всіх працюючих) зайнято у сфері туристичних послуг. У більш ніж 40 розвинутих держав туристична галузь є одним із головних наповнювачів національного бюджету.

Як відомо, туризм зародився ще у Стародавньому світі, але до сьогодення ще не існує уніфікованого підходу до визначення сутності та понятійного апарату. Паралельно з розвитком цього явища виникали спроби по визначенню поняття «туризм». До XX століття туризм не був об'єктом наукового дослідження, але у XX столітті у зв'язку із розвитком національних економік, а як наслідок – зростання туристичних потоків, виникла потреба у визначенні цього поняття.

«Туризм належить до глобальних процесів XXI ст. і безпосередньо або опосередковано, через споживання туристичних послуг, справляє стимулюючий вплив на розвиток таких видів економічної діяльності, як:

транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, фінансові послуги, діяльність у сфері дозвілля, культури та спорту тощо; стимулює пожвавлення місцевої економіки та створення додаткових постійних і сезонних робочих місць. Споживання туристичних послуг активно підтримує існування та розвиток народних промислів, національної культурної спадщини» [5].

Такі науки як економіка, історія, географія, архітектура, культура тісно пов'язані з явищем – туризм. Проте ні одна з цих наук не може повністю охарактеризувати його як об'єкт власних досліджень.

Туризм можна розглядати з точки зору як галузь народного господарства, так і міжгалузевий комплекс, де підприємство у сфері туризму формує туристичний продукт з продукції суміжних галузей. Більшість вчених розглядає туризм як одну із форм міграції населення, що характеризується тимчасовим його переміщенням з одного району країни до іншого або з однієї країни до іншої.

«Туризм – явище всесвітнього масштабу. Кожен регіон будь-якої країни має свої природні, історико-культурні особливості, що зумовлюють розвиток певних видів туризму» [28, с. 13].

Згідно із Законом України «Про туризм», «туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [4].

Для визначення поняття «туризм» вчені-правознавці додають правовий аспект, зокрема міжнародний, і тлумачать як «систему подорожей, що здійснюється на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв». Соціокультурну функцію туризму можна виразити через наступний термін: туризм – це система та форма використання вільного часу за допомогою сфери послуг у подорожах, що поєднує відпочинок зі зміцненням здоров'я людини, підвищенням її загальної культури й освіти.

Організація Об'єднаних Націй визначає туризм як «активний відпочинок, що впливає на покращення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з її пересуванням за межами постійного місця проживання». На думку науковців-економістів туризм необхідно розглядати як суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, що перебувають за межами постійного місця проживання.

В усіх визначеннях поняття «туризм» недостатньо уваги приділено економічному аспекту. З другої половини ХХ ст. не виникало сумнівів у важливості туризму для розвитку національних економік. Це спонукало до розширення туризму на нових територіях, залучення до туристичної діяльності великої кількості людей. Очікування фінансової віддачі від туризму, яка в кілька разів перевищуватиме витрати, стимулює місцеву економіку.

Туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури, зокрема: готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний та туристичний збори) або непрямими (збільшення заробітної плати працівників приводить до збільшення сум податку та прибутку). Крім цього, туризм сприяє залученню іноземної валюти та інвестицій в економіку. Не менш важливою економічною функцією туризму є диверсифікація економіки, яка зумовлює появу нових галузей, що надають послуги і виконують роботи для даної індустрії, а як наслідок забезпечує зростання доходів та добробуту населення.

Відповідно до класифікації видів економічної діяльності (КВЕД-2010), туризм є видом економічної діяльності, що надає послуги. Для визначення та групування закладів, які надають туристичні послуги, за типом і як одиниць статистичних спостережень, використовують поняття виду економічної діяльності. Код виду економічної діяльності є одним з основних показників стратифікації сукупності для організації суцільних або вибірових

обстежень. На основі цього визначення здійснюється облік колективних засобів розміщування, які надають послуги з тимчасового проживання, та суб'єктів туристичної діяльності, які створюють і реалізують туристичний продукт у Реєстрі статистичних одиниць. Для групування закладів, які надають туристичні послуги за видами економічної діяльності, використовують КВЕД. Відповідні групування за КВЕД застосовують і для визначення діяльності суб'єктів господарювання та громадських об'єднань у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Відповідно до Міжнародної стандартної галузевої класифікації видів економічної діяльності ООН (ISIC) та Міжнародної стандартної галузевої класифікації видів економічної діяльності в Європейському Союзі (NACE), розроблений КВЕД, який є однією з найважливіших національних статистичних класифікацій. Фрагмент КВЕД з класифікацією діяльності туризму подано в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Фрагмент КВЕД, який характеризує діяльність туризму в Україні

Секція N ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ АДМІНІСТРАТИВНОГО ТА ДОПОМІЖНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ		
Розділ	Група	Назва класифікаційних групувань
79		Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність
79	79.1	Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів
79	79.11	Діяльність туристичних агентств
79	79.12	Діяльність туристичних операторів
79	79.9	Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
79	79.90	Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність

Джерело: складено автором.

Отже, згідно з КВЕД, суб'єкти туристичної діяльності належать до сфери послуг.

«З погляду статистики, найбільш узагальнене, стандартизоване визначення туризму таке: туризм – це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного

середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Це визначення, прийняте Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), використовують у всіх країнах – членах ВТО, у тому числі в Україні» [8].

Підсумовуючи всі твердження та означення «туризму», можемо об'єднати їх у єдину схему (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Узагальнювальні твердження щодо туризму

Джерело: узагальнено автором.

Крім того, при зведенні та групуванні результатів статистичних спостережень використовують Класифікатор об'єктів адміністративно-територіального устрою України (КОАТУУ), який надає змогу розподілити результати статистичних спостережень за територіальною ознакою здійснення діяльності респондентами.

У статистичних спостереженнях щодо туризму важливу функцію відіграє Класифікація країн світу, яка ґрунтується на розробленому статистичним відділенням Організації Об'єднаних Націй списку «Standard

Country or Area Codes for Statistical Use». Назви країн світу відповідають наведеним у «Термінологічному бюлетені» ООН.

Класифікацію країн світу використовують для обліку й обміну інформацією зі статистики зовнішньоекономічної діяльності та статистики в'їзного й виїзного туризму, коли необхідно скористатися кодовою формою позначення країн світу для розподілу статистичних даних. При організації статистичних спостережень для повноти охоплення сфери діяльності та міжнародної зіставності результатів обстежень використовують спеціальні класифікації, які розроблені статистичною комісією ООН. Зокрема, це класифікація видів туризму й класифікація туристичних поїздок за їх основною метою. Вони використовуються на етапі організації статистичних спостережень для підготовки інструментарію й групування показників зі статистики туризму на етапі оброблення даних. Вони забезпечують вимірювання характеристик відвідувачів і туристичних поїздок і надають змогу визначити характеристики різних цільових груп або ринків.

«Використання статистичних класифікацій забезпечує можливість узагальнення даних для національних потреб і проведення міжнародних порівнянь. Класифікація виступає як багатоцільова система, призначена для полегшення аналізу розвитку туристичної галузі та розроблення політики на перспективу» [8].

Відповідно до Закону України «Про туризм», «суб'єкти туристичної діяльності є туристичні оператори, туристичні агенти, інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг, гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу, фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо» [4].

Підсумовуючи вище викладене, суб'єкти туристичної діяльності обслуговують людей (туристів), які тимчасово виїхали зі свого постійного місця проживання.

Отже, «турист – особа, яка здійснює подорож у межах своєї країни або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування метою, на термін від 24 годин до одного року, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін» [4].

До організаційних форм туризму належить міжнародний і внутрішній туризм. Міжнародний туризм складається з: в'їзного туризму – це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзного туризму – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни (рис. 1.2). Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України її громадян та осіб, які постійно проживають на її території.



Рис. 1.2. Різновиди туризму

Джерело: складено автором.

Туризм перетворюється на сферу діяльності, в межах якої суб'єкти близько 50 галузей економіки реалізують товари та послуги, спрямовані на задоволення потреб мільйонів індивідуальних подорожувальників.

На ринку туристичних послуг взаємодіють дві основні групи: споживачі туристичних послуг – туристи, та суб'єкти, які надають ці послуги, – туроператори та турагенти (рис. 1.3). Виробництво послуг та

товарів у сфері туристичного бізнесу забезпечують на міжнародному ринку туристичних послуг невід’ємну від попиту сторону – пропозицію. Єдність та взаємодія цих сторін – необхідна умова функціонування всього розмаїття туристичного бізнесу.

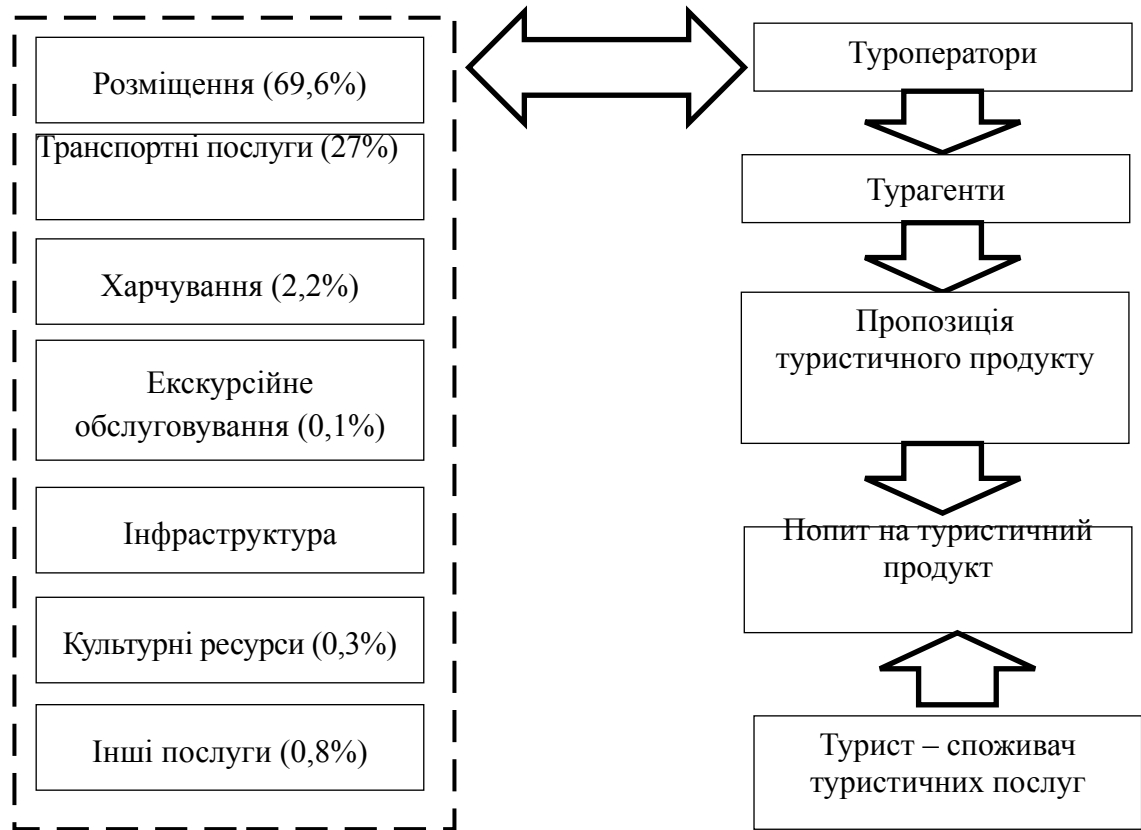


Рис. 1.3. Взаємозв'язок суб'єкта туристичної діяльності та туриста як споживача
Джерело: складено автором.

Згідно з нормами вітчизняного законодавства, «туристичними агентами є юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг» [4].

Таким чином, турагентства, на відміну від туроператорів, не мають права організовувати та забезпечувати створення власного туристичного продукту, обмежуючись комерційною діяльністю.

В залежності від цілей, об'єктів та суб'єктів, а також інших ознак вирізняють наступні види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний. Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються чинним законодавством.

Тур – це спектр послуг з перевезення, розміщення, харчування туристів, екскурсійних послуг, а також послуг гідів-перекладачів та інших, що надаються залежно від цілей подорожі.

Очевидно, до туризму можна зарахувати весь комплекс матеріально-речових, інформаційних, організаційних та інших передумов, що надають змогу особі задовольнити туристичний інтерес і сформувати цілі, які спонукали її до цього виду рекреації.

Перерахування цих основних понять показує, що туризм – явище складне, яке залежить від багатьох соціально-економічних, юридичних, природнокліматичних чинників.

Сутність класифікації туризму полягає у виокремленні його класів, форм і видів відповідно до напрямів, які мають важливе значення для територіальної організації та планування туристичного бізнесу.

На теперішній час не існує абсолютної загальноприйнятої класифікації. Це пояснюється неможливістю виділення чистої форми й виду сучасного туризму. Класифікуючи сучасний туризм за видами та формами, можливо розв'язувати низку проблем відносно територіальної організації та розвитку туристичного господарства, визначати попит на окремі види туристичних послуг і на цій підставі розробляти плани розвитку матеріально-технічної бази туризму.

Таблиця 1.2

Класифікація туризму

Класифікаційна ознака	Види туризму
Географічний принцип	Внутрішній

	Міжнародний
Напрямок туристичного потоку	В'їзний Виїзний
Мета поїздки	Рекреаційний Оздоровчий відпочинок Пізнавальний відпочинок Діловий туризм Науковий Спортивний відпочинок Пригодницький Паломницький Ностальгійний Сільський (зелений) туризм Екзотичний
Джерело фінансування	Соціальний Комерційний
Спосіб пересування	Пішохідний Авіаційний Морський Річковий Автотуризм Залізничний Велосипедний Змішаний
Засоби розміщення	Готелі Мотелі Хостели Агрозотелі Пансіонати Кемпінги Намети Гуртожитки для приїжджих Туристичні бази Санаторії Будинки відпочинку Оздоровчі заклади
Кількість учасників	Індивідуальний Сімейний Груповий
Тривалість перебування	Короткотривалий Довготривалий
Розташування туристичного місця	Гірський Водний Сільський Приміський
Інтенсивність туристичного потоку	Постійний Сезонний
Організаційна форма	Організований Неорганізований

Джерело: складено автором.

Туризм можна класифікувати за найрізноманітнішими показниками: метою, напрямом туристичного потоку, джерелом фінансування, термінами й тривалістю подорожі, засобами розміщення тощо (табл. 1.2).

Мандруючи споживач туристичних послуг впершу чергу ставить перед собою мету подорожі, це може бути одна або декілька взаємностей від індивідуальних потреб. Виходячи з цього мета має вирішальне значення в класифікації туристичних подорожей.

Проблематика розвитку туристичної галузі перебуває в площині економічної теорії та практики, є комплексною й потребує визначення напрямку розвитку галузі, формування її цілей. Конкурентоспроможність туристичного ринку України на тлі інших розвинених країн зумовлює необхідність удосконалення інфраструктури як туристичної сфери загалом та її окремих компонентів (транспорту, готельної індустрії). На прогрес туристичної галузі в країні впливає й рівень підтримки галузі державою, а також стан інших галузей-конкурентів.

Залежно від завдань, які держава ставить перед туристичною галуззю, та рівня деталізації проблем, передбачених до розв'язання, формується номенклатура завдань діяльності туристичних операторів та агентів, яка може відрізнятися як за суттю, так і за формою. Усі проблеми галузі туризму в Україні мають системний характер, їх потрібно розглядати й вирішувати в тісному взаємозв'язку між окремими елементами сфери туристичного бізнесу. Системний підхід до туризму робить можливою побудову якісної моделі його розвитку, де має місце облік найбільш важливих елементів.

«Системний підхід – це напрям [методології](#) досліджень, який полягає в дослідженні об'єкта як цілісної множини елементів у поєднанні зв'язків та відносин між ними, тобто розгляд об'єкта як [системи](#)» [7].

Основні системні взаємозв'язки, що виникають у сфері туризму, відобраено на рис. 1.4.

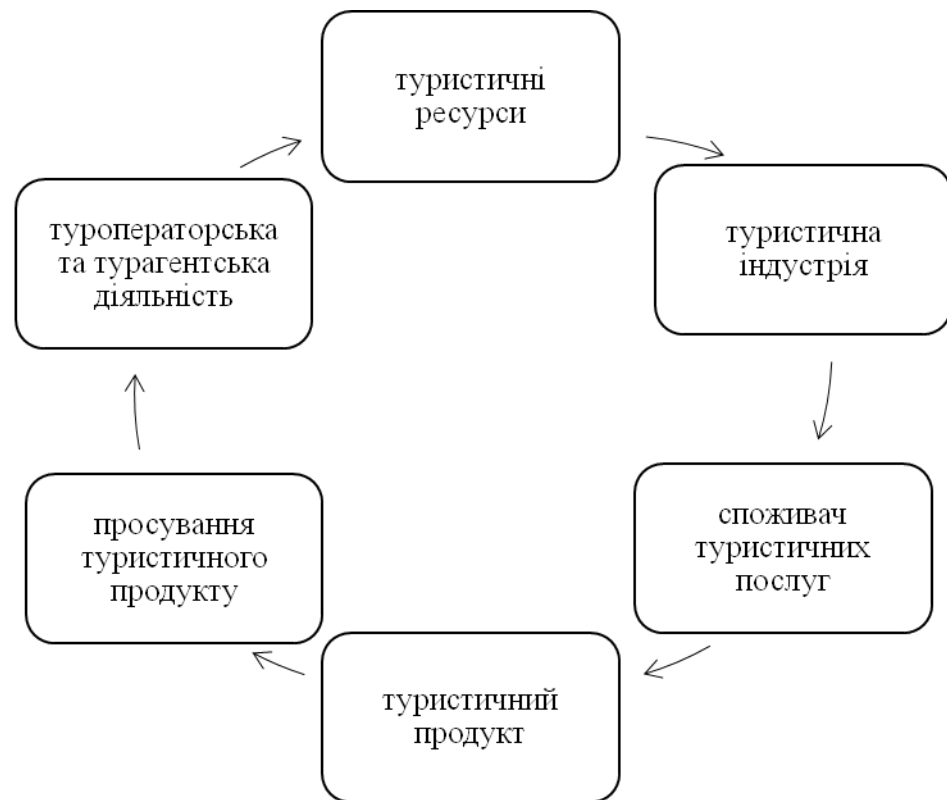


Рис. 1.4. Взаємозв'язок туристичної сфери

Джерело: складено автором.

Індустрія туризму являє собою складну виробничо-економічну систему, структура якої визначається багатьма факторами, головні з яких якість і кількість туристичних ресурсів. Базові складові цієї системи вказано в Законі України «Про туризм». До них належать готелі та інші засоби розміщення, транспорт, система громадського харчування, соціально-культурні, спортивні об'єкти тощо. Сфера туризму не обмежується лише підприємствами, які безпосередньо пов'язані з турпродуктом. Туріндустрія включає в себе підприємства та організації різних галузей економіки, форм власності, об'єднані цілями найбільш повного задоволення матеріальних і духовних потреб туристів та підвищення ефективності комерційної діяльності. Наявності туристичних ресурсів, розвинена індустрія туризму є передумовами створення різноманітних і різноякісних туристичних продуктів та турів, які формують і реалізують туроператорські та турагентські організації (рис. 1.5).

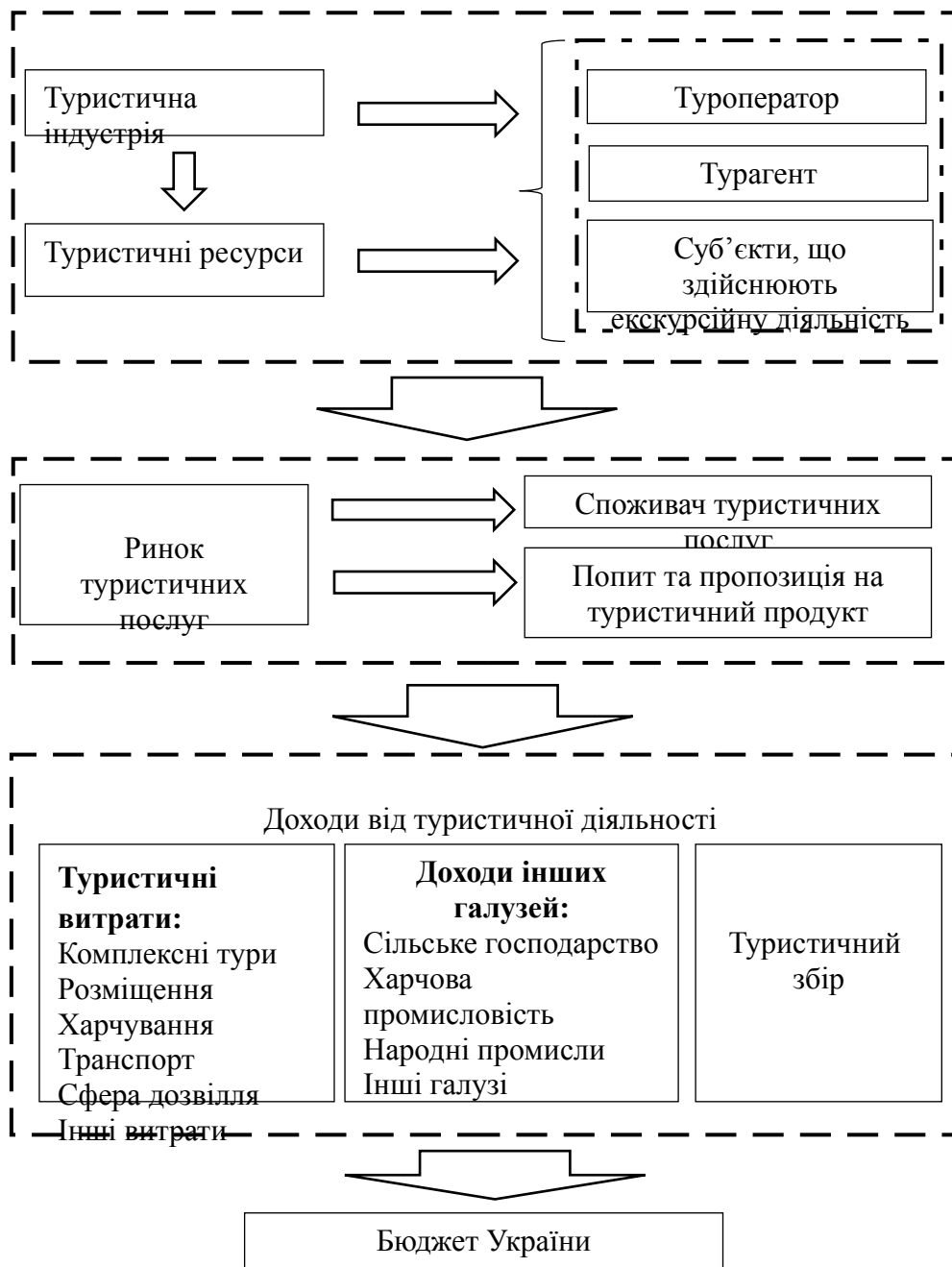


Рис. 1.5. Діалектичний зв'язок елементів туристичної галузі

Джерело: складено автором.

Туристична організація має важливе значення у сфері туризму, вона є невід'ємним елементом його системи управління та взаємодіє з іншими елементами системи. Важливо й необхідно, щоб у кожному регіоні країни існували об'єднані туристичні організації для формування туристичної політики, тобто створювання вигідних умов для розвитку туризму в регіоні. Оскільки туризм є відображенням соціально-економічних відносин у житті окремих країн і одночасно елементом міжнародних відносин, виникають

необхідні передумови для організації туристичної діяльності та управління нею як у межах держави, так і на міжнародному рівні. Вони реалізуються, зокрема, у функціонуванні туристичних організацій, які класифікуються за певними ознаками (рис. 1.6).

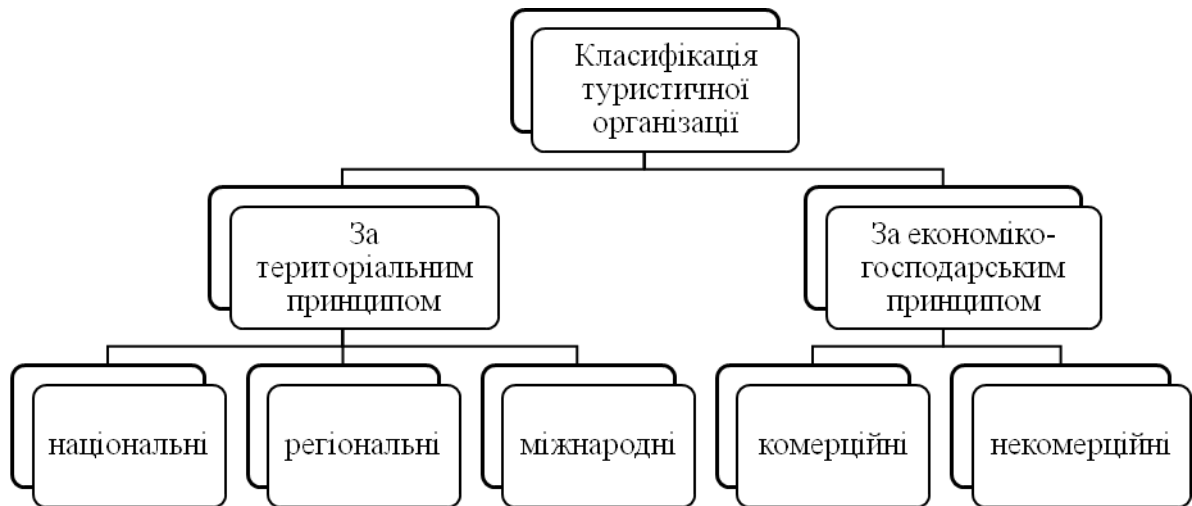


Рис. 1.6. Класифікація туристичних організацій

Джерело складено автором.

Туристичні організації поєднують в собі: державні (міждержавні) та організації з іншими формами власності, що діють у формах асоціацій, корпорацій, акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю, приватних фірм тощо.

Неприбуткові громадські об'єднання ставлять за мету своєї діяльності сприяння розвитку туризму в межах своєї компетенції або захист інтересів суб'єктів туристичної діяльності шляхом координації й об'єднання зусиль зацікавлених установ та організацій, розробки певних нормативно-правових актів і рекомендацій, інформаційного та рекламного забезпечення, зміцнення матеріально-технічної й кадрової бази туризму. Найчастіше це асоціації. Окреме місце належить державним органам і установам, таких як: міністерства, державні комітети, департаменти, що створені у більшості розвинутих країн з метою здійснення державної політики в галузі туризму.

Серед регіональних туристичних організацій некомерційного характеру можна назвати Туристичну асоціацію країн Азії та Тихого океану (ПАТА), Європейську туристичну комісію (ЄТК), Конфедерацію туристичних організацій Латинської Америки (КОТАП) тощо.

Виділяють міжнародні організації загальнотуристичного характеру, такі, як Всесвітня федерація асоціацій туристичних агентств (ФУААВ-УФТАА); організації, що спеціалізуються на окремих видах туризму, наприклад, Міжнародне бюро з соціального туризму (БІТС) і Міжнародне бюро з молодіжного туризму і обмінів (БІТЕЖ); або організації, що мають більш вузький профіль діяльності в туризмі (транспорт, реклама, готельні послуги тощо), наприклад, Міжнародна федерація журналістів і письменників, які пишуть про туризм (ФІЖЕТ), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА), Міжнародна готельна асоціація (МГА) тощо.

«Найвпливовішою із вище наведених є Всесвітня туристична організація (ВТО), створена на основі Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) як міжурядова організація, що діє під патронажем ООН. Нині її дійсними членами є 143 держави, 7 територій – постійних та асоційованих членів і понад 350 членів, що приєдналися (приватний бізнес, навчальні заклади, туристичні асоціації та місцеві туристичні адміністрації). Основною метою діяльності ВТО згідно з п. 1 ст. 3 її Статуту, є «сприяння розвитку туризму як внеску в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу та дотримання прав людини і основних свобод для всіх людей незалежно від раси, статі, мови та релігії» [8].

Кожні два роки відбуваються сесії Генеральної асамблеї – вищого органу ВТО, у перервах між ними працює Виконавча рада на чолі з Генеральним секретарем ВТО – їх повноваження тривають 4 роки. У складі ВТО – шість регіональних комісій: для Європи, Америки, Південної Азії, Південно-Східної Азії та Тихоокеанського регіону, Близького Сходу, відповідно до виділених ВТО туристичних регіонів. ВТО вирішує питання

міжнародного співробітництва та технічних обмінів, експертних досліджень у сфері туризму, стимулювання та розширення партнерства в туризмі, реалізації положень основних міжнародних документів з туризму.

З жовтня 1997 р. Україна є дійсним членом ВТО. Згідно з Указом Президента України від 21.09.1998, визнанням значущості туристичного потенціалу України стало її обрання до керівного органу ВТО – Виконавчої ради, що відбулося на XIII сесії Генеральної асамблеї ВТО в Сантьяго де Чилі у 1999 р. У цей же час вищий навчальний заклад КУТЕП і готель «Дніпро», а згодом – Управління туризму Київської міської державної адміністрації увійшли до Ділової ради ВТО.

Під туристичним продуктом розуміють розроблений комплекс туристичних послуг, який об'єднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за фіксованою ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги. Отже, вирізняють туристичні товари та туристичні послуги, що можуть бути запропоновані на туристичному ринку окремо або в комплексі, у вигляді туру.

Туристичний товар – це продукт, виготовлений у виробничій сфері для продажу та призначений для загальних потреб або для суто туристичного споживання. До загального туристичного товару належать: туристично-спортивне спорядження та обладнання, сувенірна продукція тощо, а до туристичного споживання – товари широкого вжитку, що користуються туристичним попитом.

Туристична послуга виступає у формі корисного ефекту праці, а не матеріального продукту як то послуги розміщення, харчування, транспортне й екскурсійне обслуговування, спортивно-оздоровче, культурно-видовищне, побутове обслуговування та ін. Це товар, який не можна накопичувати та зберігати, але значна його частина не вимагає великих витрат на виготовлення й водночас широко використовується та оплачується туристами.

Туристичні ресурси або туристично-рекреаційні ресурси - це сукупність природних, створених людиною предметів і явищ довкілля, що використовуються у сфері туризму як об'єкти туристичного зацікавлення та похідні компоненти для створення туристичного продукту.

Весь комплекс туристично-рекреаційних ресурсів поділяють на такі групи:

1) природнокліматичні – природні та кліматичні умови території (клімат, водні ресурси, ліси, парки, унікальні природні пам'ятки тощо);

2) історико-культурні – пам'ятки матеріальної та духовної культури, створені у процесі історичного розвитку країни й народу (музеї, театри, археологічні, історичні, архітектурні, мистецькі та етнографічні пам'ятки, фольклор тощо);

3) соціально-економічні – економіко-географічне розташування країни, транспортна доступність, рівень економічного розвитку, організація туристичного господарства, стандарти обслуговування, рівень добробуту суспільства тощо.

Друга та третя групи охоплюються поняттям «антропогенних ресурсів», тобто таких, що створені людиною. Якщо туристичні ресурси є своєрідною сировиною для розробки туристичного продукту, якість туристичного обслуговування залежить від стану наявної туристичної інфраструктури. Під туристичною інфраструктурою слід розуміти сукупність спеціалізованих підприємств туристичного обслуговування (готелі, ресторани, об'єкти культурно-побутового обслуговування тощо) та інших об'єктів, пов'язаних з туризмом або необхідних для обслуговування туристичних підприємств: шляхів сполучення (дороги, під'їзні шляхи, аеродроми та пристані тощо), комунікацій (водогінна та електрична мережа, каналізація, газ, телефон тощо), місцевих установ (поштові відділення, поліклініки, лікарні, перукарні, магазини тощо).

Вчені обмежують індустрію туризму підприємствами, що виробляють товари і послуги, необхідні тільки для туризму, а саме:

- підприємства розміщення;
- туристичні та транспортні фірми;
- навчальні заклади з туризму;
- інформаційні та рекламні туристичні організації та видання;
- органи управління туризмом;
- підприємства – виробники товарів туристичного попиту;
- підприємства роздрібною туристичною торгівлі.

Також можна включити підприємства автотранспорту, громадського харчування, сфери дозвілля. Розширюючи рамки, ще також можна віднести підприємства харчової промисловості (туристичні набори), побутові, будівельні (будівництво туристичних комплексів) тощо. Отже, туристична індустрія – це сукупність виробництв різних галузей народного господарства, закладів культури, освіти та науки, що забезпечують створення матеріальної бази туризму, підготовку кадрів, виробництво, збут і споживання туристичного продукту.

1.2. Методичні підходи до формування стратегії управління розвитком туристичної галузі

Туризм як сфера господарської діяльності має величезне значення й низку характерних особливостей. Він задовольняє інтереси як людини, так і суспільства в цілому, є вагомим джерелом наповнення бюджетів всіх рівнів.

Туризм є одним з основних чинників створення додаткових робочих місць, прискорює розвиток туристичної інфраструктури, сприяє збереженню народних промислів і національної культури регіонів та країн. За прогнозами [Всесвітньої туристичної організації](#), кількість туристичних відвідувань до 2020 р. становитиме 1,6 млрд осіб, світові доходи від туризму у 2020 р. зростуть до 2 трлн дол.

Сучасні умови господарювання вимагають пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності окремих галузей національного господарства, регіонів і держави в цілому. Ефективність туризму означає отримання економічного результату від:

- організації туризму;
- туристичного обслуговування;
- виробничо-обслуговуючого процесу туристського підприємства.

Економічна ефективність туризму є складовою загальної ефективності суспільної праці. На мікрорівні характеризується системою економічних показників, які відображають кількісний обсяг реалізації туристичних послуг та їх якісний бік:

- обсяг туристського потоку;
- величина туристських витрат;
- стан і розвиток матеріально-технічної бази;
- показники фінансово-економічної діяльності;
- показники розвитку міжнародного туризму.

До показників, що характеризують обсяг туристського потоку, належать:

- загальна кількість туристів (у тому числі організованих і самодіяльних);
- кількість туроднів (діб, ліжко-днів);
- середньомісячна кількість туроднів.

У цьому аспекті особливу увагу заслуговує сфера туризму, як динамічна та прибуткова галузь, яка потребує статистичного забезпечення управління туристичної діяльності. «Сучасне конкурентне середовище вимагає нових підходів до оцінювання соціально-економічної продуктивної роботи об'єктів сфери туризму шляхом удосконалення системи статистичних показників» [11]. Саме тому важливе значення мають показники статистики туризму, взаємозв'язки між ними та порядок їх розрахунку.

Аналізуючи літературні джерела визначних українських та російських науковців, можна виокремити деяких авторів, які виділяють групи системи статистичних показників (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Класифікація системи показників

Науковці	Групи системи показників
1	2
Милашко О. Г.	іноземний туризм; внутрішній туризм; екскурсійна діяльність; зарубіжний туризм; туристична індустрія; зайнятість у туризмі; економічні показники туризму
Методологічне положення зі статистики туризму, 2011 р.	показники щодо кількості колективних засобів розміщування/дитячих закладів оздоровлення та відпочинку з розподілом їх за типами; кількість розміщених осіб за окремими категоріями, включаючи іноземців, одноразової місткості та кількості номерів у КЗР/дитячих закладах оздоровлення й відпочинку; тривалість перебування в КЗР/дитячих закладах оздоровлення та відпочинку; кількість туроператорів та показники, що характеризують їх фінансово-господарську діяльність; відносні показники охоплення дітей оздоровленням; коефіцієнт використання місткості; середня місткість КЗР
Сараєв А. Р.	показники моніторингу туристичного ринку; показники оцінювання економічної ролі туризму; показники, що характеризують туристичні ресурси
Яковлев Г. А.	показники оцінки ефективності трудових ресурсів; фінансові результати туристичного підприємства; економічна ефективність туризму; макроекономічні показники, що визначають на основі системи

Джерело: складено автором.

«Відповідно до Закону України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР та з урахуванням рекомендацій зі статистики туризму Всесвітньої туристичної організації, в Україні розроблено Методику розрахунку обсягів туристичної діяльності» [6]. Вона визначає систему показників, єдиних за змістом та порівнянних на всіх рівнях державного управління в Україні й на міжнародному рівні, що характеризують обсяги

туристичної діяльності та вплив туризму на економіку регіону. Але ця методика не охоплює всіх аспектів туристичної діяльності.

Оскільки система показників статистики туризму – це сукупність взаємопов'язаних числових характеристик статистичних показників, які деталізовано характеризують стан і розвиток процесів та явищ туристичного господарства у відповідних умовах часу й регіону.

На наш погляд, принципами для формування такої системи показників мають стати:

- системний підхід, встановлення затвердженого переліку показників для різних рівнів господарювання й управління, переліку конкретних стратегічних і тактичних цілей та відповідних їм показників ефективності;
- орієнтованість на соціально-економічну ефективність діяльності об'єктів сфери туризму.

Розглянемо групи показників, які безпосередньо впливають на розвиток туризму, як складової економіки регіону. Будь-який суб'єкт господарювання, зокрема туристичний, насамперед прагне отримати максимальний економічний ефект від здійснення своїх господарських операцій. Ефективність підприємства туристичної сфери визначається як співвідношення результатів діяльності до витрат. Отже, на основі значення групи показників ефективності туристичної діяльності можна здійснювати аналіз доцільності капіталовкладень, розробляти стратегію поведінки суб'єкта господарювання, проводити фінансовий аналіз туристичної діяльності. В отриманих даних, за результатами розрахунків цієї групи показників зацікавлені господарюючі суб'єкти в галузі туризму і потенційні інвестори.

Показники, які належать до групи моніторингу, визначаються специфікою предмета дослідження, метою й завданнями аналізу. У міжнародній туристичній методології прийнято, що туризм робить не тільки прямий внесок у розвиток економіки (отримання доходу підприємствами індустрії туризму), а й непрямий (залучення в туристичну діяльність

суміжних галузей). Оскільки регіональні суб'єкти господарювання залежать від інших підприємств-постачальників, будь-які суттєві зміни витрат туристів приведуть до змін на виробничому рівні економіки, доходів, зайнятості. Мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змін витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитись витрати туристів.

Тому «ЮНВТО рекомендує застосовувати якісний універсальний показник непрямого впливу туризму на економіку країни або туристичний мультиплікатор» [24]. Непрямий вплив здійснюється завдяки повторним витратам, що вчиняються туристом у цьому регіоні. Засоби, які турист витрачає в місці призначення, утворюють дохід, що спричиняє ланцюгову реакцію «витрати – дохід – витрати». Отже, дохід, одержуваний від одного туриста, перевищує суму, витрачену ним у цьому місці призначення. Це зумовлено ефектом мультиплікації.

«Основними джерелами доходу, одержуваного від туризму, є: фінансові ресурси, витрачені туристами на оплату готелів, харчування, транспорту, розваг тощо; податки, стягнуті з туристів і з доходів комерційних підприємств; мито; оренда; гроші від продажу сувенірів як місцевого виробництва, так і імпортованих; прибуток від продажу товарів, необхідних як у подорожі, так і для використання в «домашніх умовах» [15].

Кошти туристів починають повністю «працювати» на економіку регіону, коли туристичне підприємство реалізовує туристам місцеві товари й послуги, які вироблені (надані) у даному регіоні. Дотепер туристичний мультиплікатор офіційно не застосовують у міжнародній статистиці як обов'язковий показник, а в деяких країнах – як експериментальний.

Загалом розрахунок туристичних мультиплікаторів – це складний трудомісткий процес. У світовій практиці туристичні мультиплікатори розраховує лише Всесвітня туристична організація, яка отримує всі необхідні статистичні показники для цього. Туристичні мультиплікатори визначають

лише для тих країн, котрі надають необхідну статистичну інформацію. Для жодної з країн колишнього СРСР туристичні мультиплікатори не були розраховані у зв'язку з національними особливостями ведення статистики, як наслідок, через відсутність показників, необхідних для цього.

Елементи туристичних ресурсів забезпечують перебування туристів у певній місцевості та ознайомлення з її багатством і неповторністю. Рівень розвитку туристичної галузі визначає стан туристичного потенціалу, у свою чергу, рівень розвитку галузі залежить від державних політик з питань власності, підприємництва, оподаткування, попиту і кон'юнктури ринку.

Фінансово-економічне забезпечення туристичної галузі являє собою систему відносин, що визначає принципи, джерела й форми фінансування суб'єктів господарювання, діяльність яких спрямована на створення комплексного туристичного продукту та задоволення потреб населення в туристичних послугах. Таким чином, основною метою фінансового забезпечення туристичної галузі є створення сприятливого середовища щодо виокремлення, розподілу та залучення фінансових ресурсів для ефективного й збалансованого розвитку туризму. Ще одним фінансовим аспектом функціонування туристичної галузі є забезпечення фінансовими ресурсами туристичних підприємств, більшість із яких – малі, у яких наявні обмежені фінансові можливості.

Вплив туризму на національний економічний розвиток виражається у суттєвому підвищенні ділової активності і розширенні виробництва товарів і спектру послуг, а як наслідок - збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічного погляду, привабливість туристичної галузі, полягає у швидкій окупності вкладених інвестицій та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті.

У більшості країн світу туризм входить до першої трійки дохідних галузей держави, розвивається стрімкими темпами й має важливе соціальне та економічне значення, оскільки збільшує місцеві доходи; створює нові робочі місця; розвиває всі галузі народного господарства, пов'язані з

виробництвом туристичних послуг; розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру в туристичних центрах; активізує діяльність народних промислів і розвиток культури; забезпечує зростання рівня життя місцевого населення; збільшує валютні надходження.

Для характеристики розвитку туризму в Україні дуже важливе значення має система показників у цій сфері, взаємозв'язків між ними та порядку їх розрахунку.

Усю сукупність цих показників, на нашу думку, можна поділити на такі групи:

- 1) показники, які характеризують туристичні ресурси;
- 2) показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі;
- 3) показники моніторингу туристичного ринку;
- 4) показники ефективності туристичної діяльності;
- 5) показники впливу на національну економіку.

Показники, що характеризують туристичні ресурси, охоплюють:

- кількість природних об'єктів: ландшафтні, бальнеологічні (лікувальні грязі, мінеральні води);
- кількість історико-культурних об'єктів: археологічні, архітектурні, техногенні;
- кількість об'єктів туристичної інфраструктури: туристичні підприємства, колективні засоби розміщення, транспортні перевезення, харчові заклади.

До показників фінансово-економічної діяльності туристичних суб'єктів належать такі:

- обсяг реалізованих послуг або виручка від реалізації послуг туризму;
- показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці);
- показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних засобів);
- собівартість послуг туризму;

- прибуток;
- рентабельність;
- фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, валютна самоокупність).

До показників моніторингу туристичного ринку належать такі:

- обсяг туристичного потоку (кількість іноземних туристів, громадяни України, які виїжджали за кордон, внутрішні туристи);
- туристичні витрати (сума коштів, витрачених туристами в період поїздки на території країни, регіону);
- обсяг платних послуг, що надається підприємствами туріндустрії;
- інші показники моніторингу (розмір середньої заробітної плати в різних галузях туріндустрії, зайнятість, обсяг інвестицій у сферу туризму).

Показники ефективності туристичної діяльності охоплюють:

- кількість працюючих у сфері туризму;
- кількість суб'єктів туристичної діяльності;
- кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності;
- показники роботи суб'єктів туристичної діяльності;
- витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту;
- чистий прибуток суб'єктів туристичної діяльності;
- коефіцієнт покриття витрат;
- коефіцієнт окупності витрат.

Показники впливу на національну економіку включають:

- використання сателітних рахунків (проміжне споживання, валова додана вартість, витрати на кінцеве споживання, ВВП);
- експорт та імпорт товарів, пов'язаних з туризмом;
- вплив показників на платіжний баланс;
- наявність та рух основного капіталу;
- туристичний мультиплікатор.

Слід зазначити, що використання показників вищенаведених груп дає системне уявлення про параметри розвитку туристичної галузі й відображає вплив туризму на економіку країни. «Всесвітня туристична організація (ВТО) рекомендує розраховувати економічну роль у галузі туризму за допомогою сателітних рахунків, які розповсюджуються в країнах Західної Європи. За методологічними поясненнями ВТО» [11], сателітні рахунки туризму – це структура виміру, що заснована на концепціях, визначеннях та класифікаціях системи національних рахунків, що розвинута з метою забезпечення визначення ймовірної міри економічного вкладу сектору туризму. Вони охоплюють усю економічну діяльність, пов'язану з туризмом, яка включена до національних рахунків, але не ідентифікована як туризм. Ця діяльність визначається та поєднується в окремому рахунку, тобто рахунку, який є супутником національних рахунків.

На основі сателітних рахунків може бути побудована система показників із центральним показником – обсягом діяльності сфери туризму (сукупності товарів та платних послуг, пов'язаних з діяльністю туристичної індустрії). За допомогою такої системи показників можливе поглиблене вивчення туризму як економічного феномену, що розглядають під кутом зору джерела додаткового попиту на товари та послуги з боку туристів.

Подальші наукові дослідження мають бути спрямовані на визначення важелів зростання соціально-економічної цінності туризму через розроблення сателітних рахунків туризму як методологічної основи для визначення впливу туризму на економіку регіонів. Для розроблення сателітних рахунків туризму важливим є визначення тісноти зв'язку між кожним виділеним видом діяльності й туризмом. Вирішення завдання базується на формуванні міжгалузевого балансу, що нині розраховується за обмеженою кількістю галузей і на цьому етапі не може бути основою побудови сателітних рахунків туризму. Виокремлення системи показників статистики туризму дозволить ідентифікувати та аналізувати міжгалузеві

зв'язки, які впливають на розвиток туристичної інфраструктури й супутніх видів діяльності.

Туризм є однією з галузей із найбільшою динамікою розвитку та високою рентабельністю у світовому господарстві. Розвиток туристичної галузі робить внесок у зміцнення контактів і налагодження міжнародних зв'язків, є одним із чинників зміцнення авторитету держави та кожного окремого міста, створює імідж, формує національну гідність, стимулює розвиток світової та внутрішньої торгівлі, гуманітарної сфери, міжнародного співробітництва, відродження культурної спадщини та традицій, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури тощо. Тому в процесі оцінювання можливостей і перспектив туризму надзвичайно актуальним є завдання пошуку шляхів вирішення проблем розвитку туризму в регіонах на засадах використання сучасних та ефективних інструментів управління – програмно-цільового методу.

«Тенденції економічного розвитку України потребують використання на практиці широкого набору різноманітних інструментів управління. Одним із таких ефективних інструментів є програмно-цільовий метод. Програмно-цільове планування – це один із видів планування, в основі якого лежить орієнтація діяльності на досягнення поставлених цілей. В основі самого процесу планування лежить визначення та постановка цілей і лише потім вибір шляхів їх досягнення» [12, с. 39]. Програмно-цільове планування дає можливість сформулювати цілі, шляхи, способи й засоби досягнення результатів туристичної діяльності в туристичній галузі.

«Використання цільових програм у практиці управління розвитком туристичної галузі викликано необхідністю збереження як побічних заходів регулювання ринкових відносин (тарифні угоди, механізми корекції системи оподаткування в інтересах стабільності ринку тощо), так і заходів прямого державного управління окремими процесами й підприємствами. Саме заходи прямого державного управління на процеси формування туристичної сфери

мають бути чітко визначеними, дієвими, зрозумілими більшості населення й господарським суб'єктам» [12, с. 93].

«Застосування програмно-цільового методу передбачає вирішення складних державних і галузевих проблем, насамперед, завдяки гнучкій постановці мети й завдань реалізації програми, кількісного та якісного визначення проблеми; здійснення розрахунку потрібних ресурсів, а також джерел покриття потреби в них; знаходження ефективного алгоритму реалізації програмних заходів. Головною особливістю програмно-цільового методу є його можливість значно концентрувати ресурси для програмного вирішення пріоритетних завдань» [13, с. 11].

Щодо трактування поняття «програмно-цільовий метод» в економічній та управлінській літературі існують різні підходи. «Ключовою категорією, що визначає сутність програмно-цільового методу, є «програма», яка в широкому розумінні є «комплексом заходів щодо реалізації стратегії» [14]. «Одним із перших, хто запропонував розглядати програмно-цільовий метод на основі вивчення чинників зворотних зв'язків, був академік Н. Мойсєєв. Водночас Е. Щепанський розуміє програмно-цільовий метод як сукупність прийомів та способів, які спрямовані на розроблення програми, її реалізацію й контроль за виконанням, використовуючи при цьому основний об'єкт як первинну ланку під час складання бюджету та управління соціально-економічними процесами» [13, с. 14].

Крім того, «програмування – це процес орієнтації економіки з боку держави шляхом регулярного й комплексного впливу на її структуру згідно з варіантом соціально-економічного розвитку в межах ринкового механізму» [15].

«Використання цього методу в управлінні розвитком туризму передбачає, перш за все, визначення цілей розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Загальною метою розвитку рекреації та туризму як сфери економіки є підвищення прибутковості цього виду діяльності» [16, с. 222]. Існують принципи, тобто правила, вимоги, рамки, розроблення й організації

виконання програм, які формуються відповідно до методології програмно-цільового планування. Виділяють «дві групи принципів:

1) «загальні – це принципи, на основі яких розробляють усі планові документи, у тому числі програми (науковість і реальність планових та програмних заходів, наступність планів і програм різних часових меж тощо)»;

2) «спеціальні – це комплексність заходів, які забезпечують розв’язання проблеми, цілеспрямованість програмних заходів на вирішення проблеми, єдність мети і ресурсів» [13, с. 13].

На практиці ці принципи реалізуються в способах, прийомах і порядку розроблення програми розвитку як документа. Вони є основоположними та визначають основні напрями використання програмно-цільового методу для ефективного вирішення проблем у соціально-економічному розвитку галузі.

Особливістю «програмно-цільового методу є прогнозування майбутніх станів системи та складання конкретної програми досягнення бажаних результатів» [17, с. 56]. «Програма порівняно зі звичайним планом має низку особливостей: по-перше, у програмі чітко формулюються цілі в кількісному вираженні так, що можна зафіксувати факт їх досягнення; по-друге, у програмі зіставляються цілі й ресурси, причому передбачено збалансованість ресурсів із поставленими завданнями на нормативній основі; по-третє, програма поєднує всі заходи, які потрібно виконати для досягнення кінцевих результатів, починаючи від науково-дослідних або проектних робіт і закінчуючи вдосконаленням організаційних форм або створенням спеціальної системи стимулювання учасників проекту; по-четверте, у програмі встановлюють строки виконання етапів робіт і завершення всієї програми із зазначенням критеріїв оцінювання одержаного результату» [18]. Отже, програма відображає бажану результативність від використання туристичних ресурсів конкретними суб’єктами туристичної діяльності за конкретний період часу.

Кожний регіон, де розвинута туристична галузь, має свої специфічні проблеми в розвитку економіки, соціально-культурній сфері, відмінні умови соціально-економічного становища та різні перспективи розвитку залежно від природних умов, структури господарства, ступеня концентрації промисловості.

«Дослідження та розв'язання проблем розвитку туристичної галузі можливо за умови застосування комплексного підходу. Його реалізація є метою застосування програмно-цільового методу в управлінні соціально-економічним та екологічним розвитком туристичних регіонів» [19].

З огляду на все вищевикладене, можна зробити висновок, що використання програмно-цільового методу управління розвитком туризму, тобто розроблення й реалізація цільової програми розвитку конкретного об'єкту, дасть змогу поряд із досягненням основної поставленої мети вирішувати такі актуальні для рекреаційно-туристичної сфери завдання, як:

- активізація розвитку культури та туризму як стратегічної галузі економіки та сталого розвитку територій;
- забезпечення раціонального використання національних туристичних ресурсів;
- створення якісного конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту;
- удосконалення туристичної та створення інформаційної інфраструктури туризму в регіонах і реорганізація її матеріально-технічної бази;
- активізація туристичних потоків та забезпечення гідного представлення місцевого туристичного продукту на міжнародному й усеукраїнському ринках туристичних послуг;
- підвищення рівня науково-методичного та кадрового забезпечення туристичної галузі;

– створення передумов для залучення інвестицій на розбудову туристичної галузі та збільшення надходжень до державного й місцевих бюджетів.

Отже, під час розроблення цільових програм розвитку туризму, рекреації та курортів в Україні необхідне застосування механізмів, які забезпечили б цілеспрямований розвиток рекреаційно-туристичної системи території в його загальногосподарському комплексі та методів вимірювання його ефективності.

Таким чином, у сучасних умовах визначено місце програмно-цільового методу управління в системі стійкого розвитку національної економіки. Принципи розроблення й організації виконання цільових програм є основоположними та визначають основні напрями використання програмно-цільового методу для ефективного вирішення проблем у соціально-економічному розвитку регіонів. Структура галузевих цільових програм розвитку туризму включає п'ять основних блоків: аналітично-інформаційний, цільовий, організаційного забезпечення, фінансового забезпечення та програмних заходів. Застосування програмно-цільового методу управління розвитком туризму в окремих регіонах чи територіях надає змогу визначити пріоритетні напрями діяльності, спланувати заходи з реалізації тих чи інших конкретних завдань, визначити прогностичні показники, яких буде досягнуто в кінцевому підсумку. Інструментом реалізації програмно-цільового методу є відповідні цільові програми, які щодо туристично-рекреаційної сфери передбачають функціонування конкурентоспроможного сектору економіки.

Одним з гострих питань застосування програмно-цільового підходу є якість розроблених цільових програм та її оцінка. Науковці пропонують різні методичні підходи до оцінювання якості цільових програм у різних галузях економіки.

Так, «М. Кизим, І. Матюшенко та Н. Полтарак запропонували методику оцінювання якості програм державної підтримки розвитку підприємницької

діяльності за такими напрямками: узгодженість із нормативними актами; структура, зміст і комплексність; якість; реалізованість (здатність вирішити проблеми, на які вона націлена)» [20].

Відповідно до цієї методики, оцінювання якості програм здійснюється на основі застосування експертного методу «Дельфи», який заснований на експертних оцінках групи фахівців та включає в себе проведення експертного опитування в п'ять етапів: формування робочої групи, формування експертної групи, проведення опитувань експертів згідно з методикою, проведення експертизи, підбиття підсумків, визначення результату.

Цей методичний підхід до оцінювання якості програм державної підтримки туристичної діяльності, безумовно, здатний підвищити якість таких цільових програм, але має деякі недоліки. Зокрема, методу «Дельфи» притаманний тривалий цикл проведення самої експертизи, що може призводити до психологічних труднощів у роботі експертів та до нестабільності їхнього складу. На кінцевий результат впливають лише експерти, а тому відсутній процес публічного обговорення. Існує також ймовірність поверхового аналізу ситуації через бажання якомога скоріше відповісти на поставлену велику кількість питань. Крім того, можуть мати місце суб'єктивізм та особиста зацікавленість експерта або його некомпетентність.

Учений П. Бернацький у своїй праці запропонував «інший підхід до оцінювання державних та галузевих програм у сфері профілактики й боротьби з корупцією. Методика автора також передбачає оцінювання якості програми за такими напрямками: узгодженість із нормативними актами; структура, зміст і комплексність; якість, а також здатність вирішити проблеми (реалізованість), на які вона націлена» [21].

«На відміну від попереднього підходу, ця методика відрізняється, насамперед, складом критеріїв. Так, автор пропонує оцінювати якість державних цільових програм за п'ятьма критеріями: цілісність; узгодженість;

структурна відповідність; наукова обґрунтованість; практична реалізованість. Висновки щодо оцінки якості програм доцільно робити за допомогою шкали, розробленої на основі закону Фібоначчі» [22; 23].

Варто підкреслити, що запропонований методичний підхід до оцінювання державних програм профілактики та боротьби з корупцією в галузі туризму також має деякі недоліки, а саме:

- відсутнє пояснення щодо процедури відбору експертів, адже від якості, компетентності та професійності їх складу залежать точність і обґрунтованість прогнозу;
- наявність лише двобальної шкали оцінки, що унеможливлює диференціацію проміжних варіантів.

На наш погляд, оцінювання якості державних цільових програм розвитку туристичної галузі в Україні має здійснюватися за такими критеріями:

1. Доцільність.
2. Ієрархічна узгодженість.
3. Структурна відповідність.
4. Наукова обґрунтованість.
5. Практична реалізованість.
6. Змістовність.

Першим етапом оцінювання якості програм розвитку туристичної галузі є оцінювання програм за їх доцільністю. Основним документом для такого оцінювання є Державна стратегія економічного розвитку України й регіональні стратегії економічного розвитку, де мають виділятися пріоритети туристичного розвитку кожного з регіонів України.

Другим етапом оцінювання якості програм розвитку туристичної галузі є їх оцінювання за узгодженістю за рівнями ієрархії. Оцінювання програм за узгодженістю здійснюється шляхом виявлення відповідності кожної окремої цільової програми цілям та завданням Стратегії розвитку туристичної галузі та туристичної діяльності, Концепції управління туристичною галуззю.

На третьому етапі за структурною відповідністю запропоновано проводити експертизу цільових програм розвитку туристичної галузі за критеріями: оцінка стану галузі, визначення проблем(и) та її(їх) характеристика, обґрунтованість визначення мети програми, наявність переліку завдань, наявність пріоритетів, перелік заходів програми, наявність розрахунку ресурсного забезпечення програми, наявність очікуваних результатів виконання програми, система контролю за виконанням програми.

На четвертому етапі експертної оцінки цільової програм розвитку туристичної галузі здійснюється оцінювання програм за науковою обґрунтованістю за критеріями відповідно до принципів програмно-цільового методу: оцінювання стану галузі, діагностика проблем розвитку туризму на конкретній території, визначення пріоритетів та проблем, що вирішує програма, прогноз очікуваних результатів.

На п'ятому етапі оцінювання якості програм розвитку туристичної галузі здійснюється оцінювання за практичною реалізованістю цільової програми за такими критеріями, як: наявність конкретних заходів щодо реалізації програми, наявність відповідальних виконавців, термін виконання, реальність передбачених у програмі джерел її фінансування.

На заключному, шостому, етапі оцінювання якості програм розвитку туристичної галузі здійснюється оцінювання за змістовністю, де запропоновано проводити оцінювання програм за допомогою критерію наявності конкретних чинних проектів з розвитку туристичної сфери на конкретних територіях або реально існуючих об'єктах.

Отже, запропонований методичний підхід до оцінювання якості цільових програм розвитку туристичної галузі в Україні відрізняється від інших методичних підходів до оцінювання програм розвитку інших галузей, насамперед, комплексністю дій, компонентним складом і його наповненістю за кількістю узгоджених критеріїв, що має надати змогу більш критично оцінити кожну з існуючих цільових програм на конкретній території, а також узгодженість зі стратегією й концепцією управління туристичною галуззю.

Тому зауважимо, що найбільш дієвим механізмом вирішення нагальних проблем загалом і в туристичній галузі зокрема є програмно-цільовий підхід, який полягає у їх вирішенні за допомогою запланованих заходів, які мають чіткий адресний характер і забезпечені необхідними ресурсами.

1.3. Інформаційно-методичне забезпечення управління розвитком туристичної галузі

Туристичній галузі в усьому світі держави приділяють значну увагу. Міжнародні організації під егідою ООН проводять комплексні дослідження щодо вдосконалення міжнародних рекомендацій зі статистики туризму. За мету покладення визначення методологічних меж збору і розрахунку показників для держав, незалежно від рівня розвитку їх статистичних систем.

«В Україні регулювання в галузі туризму здійснюють Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральні органи виконавчої влади в галузі туризму, місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, а також інші органи в межах їх компетенції» [13].

Збирання державних статистичних спостережень та адміністративних даних в Україні здійснюється відповідно до вимог ст. 4 та 5 Закону України «Про туризм» щодо форм і видів туризму, визначення суб'єктів, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність; ст. 1 та 14 Закону України «Про оздоровлення та відпочинок дітей» стосовно типів дитячих закладів оздоровлення та відпочинку й визначення відпочинкових і оздоровчих змін, а також ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» в частині визначення колективних засобів розміщування.

У туристичній індустрії значну увагу приділяють її інформаційному забезпеченню як важливій умові функціонування та розвитку сфери туризму. Маркетинг є основним інформаційним об'єктом діяльності Всесвітньої туристичної організації, яка поставила своїм завданням допомогти в координації туристичної діяльності у всесвітньому масштабі.

Сьогодні цей процес іде далі, інформаційні технології прискорюють процеси глобалізації та інтеграції ресурсів, вимагають якісно нових підходів до правового, економічного та інформаційно-документального забезпечення організації інформації про туризм і туристичну діяльність. Інформаційні технології та їхній вплив на електронне документаційне забезпечення туризму надають нові можливості для швидкого зростання якості туристичної сфери суспільства та туристичного обслуговування. Активний розвиток туризму, входження України у світовий інформаційний простір вимагають подальшого вдосконалення законодавчих норм, які регулюють туристичну діяльність.

У Законі України «Про туризм» висвітлено основні цілі наукових досліджень у відповідній сфері діяльності. Підкреслено необхідність розробки «методики класифікацій та оцінки туристичних ресурсів», необхідність розвитку «статистичного обліку та звітності в галузі туризму», аналізу тенденцій та перспектив його розвитку.

Державні статистичні спостереження зі статистики туризму проводять у відповідності до затвердженого інструментарію. Бланки форм державних статистичних спостережень та інструкції про порядок заповнення форм державних статистичних спостережень затверджуються наказами Державної служби статистики України, вони проходять процедуру державної реєстрації в Міністерстві юстиції України.

Інструментарій для проведення державних статистичних спостережень та метаописи державних спостережень зі статистики туризму для користувачів даних розміщено на веб-сайті Державної служби статистики України. Терміни проведення державних статистичних спостережень

визначаються щорічними планами, що затверджуються нормативними актами Кабінету Міністрів України.

Проаналізовано статистичні дані з туризму, що розміщені на офіційному сайті Державної служби статистики України та виявлено, що збір даних проводять за такими блоками:

1. Готелі та інші місця для тимчасового проживання.
2. Санаторно-курортні та оздоровчі заклади.
3. Колективні засоби розміщування.
4. Туристичні потоки.
5. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули.
6. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали.

В останніх двох блоках є недоліки за створеними категоріями показників «за метою поїздки». В'їзд іноземних громадян в Україну за метою поїздки поділено на такі категорії: службові, ділові, дипломатичні; туристичні; приватні; навчальні; працевлаштування; імміграційні (постійне місце проживання); культурні та спортивні обміни, релігійні, інші.

Виїзд громадян України за кордон, за метою поїздки, поділено тільки на три категорії: службові поїздки; організований туризм; приватні поїздки.

На нашу думку, поділ за метою поїздки за двома останніми блоками має бути однаковим, це надасть змогу більш точно провести статистичний аналіз за цими показниками.

Аналітична оцінка стану й тенденцій розвитку туристичної індустрії, її основних галузей здійснюється на основі даних «статистичних бюлетенів, що видають Державна служба статистики України, Державна туристична адміністрація України, Всесвітня туристична організація. Державні статистичні спостереження зі статистики туризму охоплюють такі напрями:

1. Діяльність дитячих закладів оздоровлення та відпочинку – державне статистичне спостереження за формою № 1-от (один раз на рік) «Звіт

дитячого закладу оздоровлення та відпочинку за літо ____ року». Метою спостереження є збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних щодо мережі дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, чисельності оздоровлених у них дітей» [2].

2. Діяльність колективних засобів розміщування – державне статистичне спостереження «за формою № 1-КЗР (річна) «Звіт про діяльність колективного засобу розміщування за ____ рік». Метою спостереження є збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних щодо діяльності готелів та аналогічних засобів розміщування, спеціалізованих засобів розміщування» [2].

3. Туристична діяльність – державне статистичне спостереження «за формою № 1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність за ____ рік». Метою спостереження є збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних з питань діяльності туроператорів та турагентів» [2].

4. Діяльність оздоровчих закладів – державне статистичне спостереження «за формою № 1-курорт «Звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу за ____ рік». Метою спостереження є збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних щодо мережі санаторних закладів оздоровлення та відпочинку, чисельності оздоровлених у них людей» [2].

5. Туристичні потоки кількості громадян України, які виїжджають за кордон, – державне статистичне спостереження «за формою № 2-ПВУ «Зведений звіт про виїзд громадян України за кордон за ____ рік». Метою спостереження є збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних з питань туристичних потоків» [2].

6. Туристичні потоки кількості іноземних громадян, які відвідують Україну, – державне статистичне спостереження «за формою № 3-ПВУ «Зведений звіт про іноземців, які в'їхали в Україну за ____ рік». Метою спостереження є збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних з питань туристичних потоків» [2].

Державні статистичні спостереження зі статистики туризму мають основні характеристики, які зазначені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Характеристики статистичних спостережень

Класифікаційна ознака	Види
Види державних статистичних спостережень	– за ступенем охоплення одиниць: суцільні; – за часом реєстрації даних: поточні
Організаційна форма державних статистичних спостережень	статистична звітність
Спосіб державних статистичних спостережень	документальний облік
Одиниці державних статистичних спостережень	– підприємство (форми № № 1-КЗР; 1-туризм); – фізична особа (форми № № 1-КЗР; 1-туризм); – місцева одиниця (форма № 1-от)
Респонденти державних статистичних спостережень	– юридичні особи (форми № № 1-КЗР; 1-туризм); – фізичні особи-підприємці (форми № № 1-КЗР; 1-туризм); – юридичні особи та їхні відокремлені підрозділи (форма № 1-от)
Органи, які здійснюють державні статистичні спостереження	– центральний орган виконавчої влади в галузі статистики; – територіальні органи державної статистики

Джерело: складено автором.

Ефективність туристичної діяльності полягає у мінімізації сукупних витрат і підвищенні дохідності підприємств туристичної галузі, в поєднанні з додатковими вигодами поза туристичною сферою.

«На даний час особливе значення має оцінка якості обслуговування туристів, що побудована на основі таких вимог: комфортність перевезень, широта асортименту й рівень якості послуг протягом подорожі» [16].

Туристична індустрія являє собою сукупність виробничих одиниць, які належать до різних видів економічної діяльності, що виробляють туристичні продукти і послуги, які споживаються туристами. Спостереження за цими одиницями надає змогу формувати статистичні дані про обсяг і розподіл туристів по країні, вимірювати внесок туризму в економіку держави.

Об'єктом статистичного спостереження є:

– міжнародні відвідувачі;

- внутрішні відвідувачі;
- цілі і тривалість перебування або поїздки;
- перевезення відвідувачів, включаючи [екскурсії](#);
- надання послуг відвідувачам;
- доходи, які отримують від діяльності, пов'язаної з туризмом;
- обсяги наданих послуг за видами економічної діяльності;
- види промислової продукції;
- зайнятість у сфері туризму;
- інвестиції у сферу туризму;
- дослідження у сфері туризму.

Одиницею спостереження є статистичні одиниці, що належать до пропозиції у сфері туризму:

- підприємства, які виробляють продукцію для сфери туризму;
- будівельні організації, які здійснюють будівництво об'єктів туризму;
- підприємства оптової й роздрібною торгівлі;
- засоби розміщення туристів;
- засоби транспорту за видами, включаючи туристські агентства, туроператорів (прийом туристів);
- організації фінансового посередництва;
- органи державного управління;
- підприємства з організації відпочинку, розваг і культури;
- навчальні заклади;
- інші підприємства й організації, що надають послуги у сфері туризму;
- індивідуальні підприємці, що працюють у сфері туризму;
- домашні господарства.

Предметом статистики туризму є кількісне оцінювання явищ і процесів у сфері туризму в нерозривному зв'язку з якісною стороною, закономірності їх функціонування й розвитку.

«Основна мета статистики туризму – інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень у цій сфері діяльності. Для досягнення цієї мети статистика туризму вирішує такі завдання:

- організація та проведення статистичного спостереження в туризмі;
- удосконалення системи показників у цій сфері;
- характеристика динаміки та структури туристських потоків;
- аналіз забезпеченості туризму матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами;
- дослідження розвитку туристичної інфраструктури: засобів розміщування, харчування, транспортних засобів тощо;
- характеристика фінансового стану підприємств туризму;
- дослідження доходів і витрат міжнародного туризму;
- аналіз внеску туризму в економіку країни» [1].

Відповідно до цих завдань окреслимо три послідовні етапи дослідження статистичної діяльності туристичної сфери. На першому етапі вимірюють масштаби туристичної діяльності й аналізують їх структуру та динаміку в розрізі видових і географічних сегментів ринку туристичних послуг, на другому – розраховуються статистичні показники, на третьому – оцінюють інтенсивність розвитку.

Первинним у туризмі можна вважати об'єкт туристичного інтересу. Таким об'єктом у загальному розумінні є деякий територіально закріплений комплекс властивостей, що зумовлює у суб'єктів туристичного споживання інтерес, спонукає їх зробити туристичну поїздку або інші дії для ознайомлення із цим об'єктом. Наприклад такі туристичні інтереси, як: зарубіжні країни; вітчизняні культурно-історичні пам'ятки; природно-ландшафтні комплекси; території, що характеризуються певними природнокліматичними умовами. Території, що мають значне число об'єктів туристичного інтересу або туристичні ресурси, володіють високим потенціалом розвитку туризму, насамперед уже тим, що в змозі залучити величезне число туристів.

Туристичний інтерес може стати найважливішим моментом у розвитку об'єктів туристичної сфери. Його облік дозволяє обґрунтувати вірогідний попит на туристичні послуги й визначити їх оптимальну структуру.

Останнім часом виникла потреба в інформації, що характеризує вплив туризму на розвиток національної економіки. Така інформація повинна мати регулярний характер, формуватися на базі статистичної звітності, мати однакову методологію обчислення, бути порівнянною в різні часові періоди на рівні національної економіки й на міжнародному рівні. Макроекономічні показники такої інформації повинні відповідати Системі національних рахунків. Оскільки туризм являє собою міжвидову діяльність, рівень розвитку якої визначає стан цілого ряду галузей, особливістю статистичної інформації в туризмі є різноманіття джерел її отримання.

Система національних рахунків (СНР) – це система макроекономічних показників, що застосовується для визначення національного доходу та інших макроекономічних показників.

Взаємозв'язок показників СНР є базисом для моделювання макроекономічних процесів у національній економіці, що використовуються як інформаційна база для обґрунтування управлінських рішень, формування та реалізації економічної політики держави; оцінювання кон'юнктури ринку й вироблення економічної стратегії суб'єктів господарювання, координації зовнішньоекономічної та міжнародної діяльності.

«Туристичний продукт складається з комплексу туристичних послуг, це зумовлює застосування в бухгалтерському обліку туроператорами норм та положень, що регулюють порядок визнання доходів і витрат від надання послуг» [5]. «Основним об'єктом бухгалтерського обліку формування та продажу туристичного продукту є фінансові ресурси, вкладені в названі послуги. Тому всі зміни цих ресурсів, що зумовлені формуванням туристичного продукту та його продажем, документуються й відображаються в бухгалтерських регістрах, що надає змогу отримувати різну інформацію, необхідну для управління господарською діяльністю в туризмі» [4].

«Основними документами з оформлення туристичних послуг є договір з клієнтами на туристичне, готельне та екскурсійне обслуговування; туристський ваучер; страховий поліс; договір з підприємствами, що рекламують послуги туроператорів та турагентів» [7].

В туристичних організаціях при веденні бухгалтерського обліку значну увагу зосереджують на наступному:

- Фінансові ресурси (рахунки 30 та 31);
- Витрати (субрахунок 903);
- Доходи (субрахунок 703);
- Прибуток (збиток) (рахунок 44).

Субрахунок – це рахунок другого порядку, що є проміжним між синтетичним та відкритим до нього аналітичним рахунком. Аналітичний облік – система бухгалтерських записів, що дає детальні відомості про рух господарських засобів; призначається для оперативного керівництва господарством і складання звітності; будується за кожним синтетичним рахунком окремо.

Синтетичний облік у суб'єктів туристичної діяльності різні науковці представляють за такими класифікаційними ознаками:

- залежно від суб'єкта туристичної діяльності (облік туроператорів та турагентів);
- залежно від виду туризму (облік внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму), який обліковується.

«У цілому синтетичний облік передбачає формування собівартості туристичних послуг на рахунку 23 «Виробництво». Собівартість туристичного продукту визначають як вартісну оцінку матеріальних та інших витрат, які використовуються у процесі виробництва та продажу туристичного продукту, а також інших витрат на його просування та реалізацію. Дохід від реалізації туристичного продукту (надання туристичних послуг) відображається на субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг», а собівартість туристичних послуг списується в дебет

субрахунку 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг». Суми надходжень за туристичні продукти, що підлягають перерахуванню туроператору від турагента, накопичуються за дебетом субрахунку 704 «Вирахування з доходу», а в кінці звітного періоду списуються на субрахунок 791 «Результат операційної діяльності» [7].

Також часто суб'єкти туристичної діяльності здійснюють операції із застосуванням субрахунків 331 «Грошові документи в національній валюті» та 333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті». На першому ведеться облік оплачених путівок до санаторіїв, пансіонатів та будинків відпочинку, а на другому обліковуються грошові кошти в національній валюті, призначені для придбання іноземної валюти.

Бухгалтерський облік туристичних агентів відмінний від обліку туроператора. Основна відмінність полягає в тому, що доходом турагента є тільки сума комісійної винагороди. Так, отримання грошових коштів на придбання турпродукту відображається записом по дебету субрахунку 311 «Поточні рахунки в національній валюті» та кореспондує з кредитом субрахунку 681 «Розрахунки за авансами одержаними».

Важливим питанням обліку туристичних послуг є оподаткування кожного виду туризму. Зокрема, є відмінність у частині оподаткування ПДВ між діяльністю туроператорів, які надають повний комплект послуг тут об'єктом оподаткування є вся вартість турпродукту, і тими туроператорами та турагентами, які тільки організовують тури (у тому числі міжнародні) в яких є тільки винагорода туроператора чи турагента.

«Бухгалтерський облік і звітність формують базу для контролю й аналізу суб'єктів туристичної діяльності. Використання даних бухгалтерського обліку додає аналітичним висновкам туристичної галузі документальної обґрунтованості та надає змогу через систему показників обліку, форм звітності й первинних документів здійснювати контроль» [5].

Отже, організація бухгалтерського обліку та звітність суб'єктів господарювання в туристичній галузі мають складнощі внаслідок специфіки

діяльності. Від організації облікового процесу безпосередньо залежить контроль та аналіз туристичної діяльності. Якщо систематизувати роботу туристичних операторів та туристичних агентів, це дозволить реалізовувати контроль, аналіз і планування завдяки отриманню повної та змістовної звітності й можливості оцінки діяльності організацій.

Для визначення тенденції змін ключових чинників розвитку туристичної галузі та характеристики ефективності використання чинників управління цим розвитком необхідно обрати показники, що вимірюють їхній вплив. Показники та формули їх розрахунку, що вимірюють кожен із зазначених чинників, наведено в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Показники, що вимірюють вплив ключових чинників на розвиток
туристичної галузі України

Чинники розвитку галузі	Показники, що вимірюють вплив чинника	Формула розрахунку показника
1	2	3
Зміни у витратах і прибутку	Коефіцієнт прибутковості реалізації продукції ($KП_{реал}$)	$KП_{реал} = \frac{ПР}{P},$ де $ПР$ – прибуток від реалізації, грн; P – обсяг реалізованої продукції, грн
	Коефіцієнт прибутковості витрат (рентабельність) ($KП_{витр}$)	$KП_{витр} = \frac{ПР}{C},$ де $ПР$ – прибуток від реалізації, грн; C – повна собівартість реалізованої продукції, грн
Зміна довгострокових темпів зростання галузі	Темпи приросту кількості підприємств ($T_{пр п}$)	$T_{пр} = \frac{П_1 - П_0}{П_0},$ де $П_1$ – показник звітнього року; $П_0$ – показник попереднього року
	Темпи приросту кількості туристів, обслужених туристичними організаціями України ($T_{пр т}$)	
Вплив адміністративних органів і зміна політики уряду	Питома вага капітальних вкладень у галузь у загальному обсязі державних капітальних вкладень в економіку ($Ч_k$)	$Ч_k = \frac{K_z}{K_{заг}},$ де K_z – державні капітальні вкладення у галузь, грн; $K_{заг}$ – загальний обсяг державних капітальних вкладень в економіку, грн

Соціальна значущість галузі	Питома вага працівників галузі в загальній кількості зайнятих в економіці ($\chi_{прац}$)	$\chi_{прац} = \frac{\chi_{сер}}{\chi_{зайн}}$ де $\chi_{сер}$ – середньооблікова кількість штатних працівників, осіб; $\chi_{зайн}$ – загальна кількість зайнятих в економіці, осіб
Глобалізація галузі	Питома вага експорту в загальному обсязі наданих послуг ($\chi_{експ}$)	$\chi_{експ} = \frac{K_{инт}}{K_m}$ де $K_{инт}$ – обслуговано в'їзних (іноземних) туристів, осіб; K_m – обслуговано туристів усього, осіб
Стійкість галузі до економічного спаду виробництва	Співвідношення темпів приросту обсягу виробництва галузі та темпів приросту обсягу ВВП України	$C_z = \frac{T_{прз}}{T_{прВВП}}$ C_z – стійкість галузі до економічного спаду; $T_{прз}$ – темпи приросту обсягу виробництва галузі; $T_{прВВП}$ – темпи приросту обсягу ВВП

Джерело: складено автором.

Для визначення особливостей функціонування туристичної галузі в Україні та для того, щоб одержати ясну оцінку ситуації, застосовують метод SWOT-аналізу.

«SWOT-аналіз – це визначення сильних і слабких сторін галузі, а також можливостей і загроз, що виходять з його найближчого оточення (зовнішнього середовища). Методика SWOT-аналізу – ефективний, доступний спосіб оцінювання стану проблемної та управлінської ситуації в організації, що полягає в поділі чинників і явищ на чотири категорії»:

- «сильні сторони (strengths) – переваги»;
- «слабкі сторони (weaknesses) – недоліки»;
- «можливості (opportunities) – фактори зовнішнього середовища, використання яких створить переваги організації на ринку»;
- «загрози (threats) – фактори, які можуть потенційно погіршити положення організації на ринку» [7].

У сучасних умовах активізація діяльності туристичної галузі повинна ґрунтуватися на розширенні можливостей регіонального регулювання

туристичних процесів, гнучкому поєднанні його з заходами на макроекономічному рівні управління.

У табл. 1.6 для аналізу стану діяльності туристичної галузі запропоновано методичні підходи з використанням методології SWOT-аналізу.

Таблиця 1.6

Результати SWOT-аналізу діяльності туристичної сфери

<i>Strengths (сильні сторони)</i>	<i>Weaknesses (слабкі сторони)</i>
1. Розташування в географічному центрі Європи. 2. Різноманіття природно-рекреаційних ресурсів. 3. Наявність матеріально-технічної бази рекреаційного комплексу. 4. Відносно стабільна екологічна ситуація. 5. Сприятливі кліматичні умови. 6. Активізація малого та середнього бізнесу в напрямі створення туристичного продукту. 7. Участь вітчизняних та міжнародних організацій у процесі розвитку туристичних напрямів на території України	1. Виражена сезонність. 2. Занедбаний стан історико-культурних пам'яток. 3. Хаотична забудова історичних центрів. 4. Незадовільна якість матеріально-технічного облаштування об'єктів туристичної діяльності. 5. Низький рівень розвитку інфраструктури. 6. Невідповідність рівня послуг міжнародним стандартам. 7. Відсутність комплексного туристичного продукту. 8. Нерівномірність туристичної пропозиції в територіальному відношенні. 9. Несприятливий податковий клімат для розвитку малого та середнього бізнесу. 10. Інформаційний вакуум щодо діяльності міжнародних організацій та реалізованих ними проектів. 11. Відсутність системності в питаннях розвитку галузі. 12. Постійна реорганізація управлінського апарату.

<i>Opportunities (можливості)</i>	<i>Threats (загрози)</i>
1. Використання інноваційних підходів та новітніх технологій. 2. Створення та впровадження програм розвитку туризму за регіональним принципом. 3. Системний та поетапний підхід до реалізації програм розвитку. 4. Розробка, пропозиція та реалізація інвестиційних проектів щодо розбудови туристично-рекреаційної галузі. 5. Розвиток транскордонного туристичного співробітництва. 6. Удосконалення законодавчої бази. 7. Просування туристичного продукту України на міжнародний ринок через мережу дипломатичного корпусу. 8. Активізація внутрішнього туризму. 9. Упровадження пільг для заохочення інвесторів	1. Висока конкуренція та агресивна політика країн зі схожими базовими даними. 2. Нестабільність політичної ситуації. 3. Тінізація зовнішньоекономічної діяльності. 4. Нестабільність економічної ситуації. 5. Корупція. 6. Спад у розвитку приватних малих та середніх підприємств. 7. Зменшення доходів населення

Джерело: складено автором.

Результати запропонованого аналізу свідчать, що головним гальмівним чинником для розвитку туризму є відсутність системного підходу до розвитку галузі, якісної інфраструктури як цілісної системи та відповідного до міжнародних стандартів правового поля для здійснення туристичної діяльності. Особливо актуальною є розробка механізму обґрунтування та прийняття управлінських рішень з питань активізації туристичного бізнесу через удосконалення форм і методів координування напрямів інвестиційного забезпечення туристично-рекреаційного комплексу як на макро-, так і на мікрорівні.

Результати побудови матриці SWOT прості, наочні, описові, але метод має низку недоліків, один з яких – статичність. Тому для оцінювання

динамічності реакції діяльності туристичної сфери України, базуючись на взаємозв'язку динаміки окремих показників, використано метод побудови соціально-економічної нормалі.

«Застосування в аналізі співвідношення між соціальними економічними факторами діяльності сфери послуг дозволить не тільки виконати аналіз сфери послуг, а й окреслити напрями управління нею. Забезпечення необхідних пропорцій розвитку сфери послуг є однією зі складових сталого розвитку економіки. Співвідношення між орієнтирами розвитку відображає соціально-економічна нормаль. Основою побудови соціально-економічної нормалі є методика динамічного соціального нормативу» [11].

У статистиці соціально-економічна нормаль являє собою теоретично обґрунтоване оптимальне співвідношення темпів зміни показників системи обслуговування населення туристичними послугами, яке забезпечує гармонійний розвиток і стабільну якість роботи цього середовища. При побудові соціально-економічної нормалі для оцінювання сфери послуг необхідно враховувати, що її ефективність визначається багатьма факторами: економічними; соціальними; політико-правовими.

Для оцінювання ефективності функціонування сфери послуг необхідно враховувати названі групи факторів.

Для побудови соціально-економічної нормалі, сформовано систему первинних абсолютних показників, що характеризують економічні, демографічні та інші аспекти функціонування діяльності туристичної сфери як елемента національної економіки України. Оскільки система показників, що використовують для аналізу, має характеризувати попит і пропозицію за цим видом туристичних послуг, їх ресурсне забезпечення, зокрема оцінку трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, то до моделі було включено таке:

- валову додану вартість сфери послуг (ВДВ);
- капітальні інвестиції сфери послуг (КІ);

- обсяг реалізованих послуг або виручку від реалізації послуг туризму (РП);
- туристичні витрати (сума коштів, витрачених туристами в період поїздки на території країни, регіону) (ТВ);
- кількість зайнятого населення в туристичній галузі (П);
- кількість туристів, яким надані послуги суб'єктами туристичної діяльності (Т);
- кількість суб'єктів туристичної діяльності (СТД);

Позначимо показники: ВДВ, КІ, РП, ТВ, П, Т, СТД. Побудуємо симетричну комбінаційну таблицю, в підметі та присудку якої міститься однаковий перелік первинних показників (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Симетрична комбінаційна матриця первинних показників розвитку туристичної галузі країни

	ВДВ	СТД	П	Т	КІ	ТВ	РП
ВДВ	1						
СТД		1					
П			1				
Т				1			
КІ					1		
ТВ						1	
РП							1

Далі побудуємо матрицю вторинних показників, яка симетрична відносно головної діагоналі. У кожній клітині комбінаційної таблиці наведено відносний (вторинний) показник, який одержаний у результаті ділення первинного показника стовпчика на первинний показник за рядком (табл. 1.8).

При цьому елементи, що розташовані симетрично відносно головної діагоналі, є взаємооберненими величинами: $ВДВ/РП = 1/РП/ВДВ$. А на основі матриці вторинних показників побудуємо матрицю темпів зростання відносних показників.

Таблиця 1.8

Симетрична комбінаційна матриця вторинних показників розвитку
туристичної галузі країни

	ВДВ	СТД	П	Т	КІ	ТВ	РП
ВДВ	1	СТД/ВДВ	П/ВДВ	Т/ВДВ	КІ/ВДВ	ТВ/ВДВ	РП/ВДВ
СТД	ВДВ/СТД	1	П/СТД	Т/СТД	КІ/СТД	ТВ/СТД	РП/СТД
П	ВДВ/П	СТД/П	1	Т/П	КІ/П	ТВ/П	РП/П
Т	ВДВ/Т	СТД/Т	П/Т	1	КІ/Т	ТВ/Т	РП/Т
КІ	ВДВ/КІ	СТД/КІ	П/КІ	Т/КІ	1	ТВ/КІ	РП/КІ
ТВ	ВДВ/ТВ	СТД/ТВ	П/ТВ	Т/ТВ	КІ/ТВ	1	РП/ТВ
РП	ВДВ/РП	СТД/РП	П/РП	Т/РП	КІ/РП	ТВ/РП	1

Тому від матриці відносних показників (вторинних) перейдемо до матриці їх темпів зростання (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Матриця темпів зростання відносних показників
розвитку туристичної галузі країни

	ВДВ	СТД	П	Т	КІ	ТВ	РП
ВДВ	1	$K'_{СТД/ВДВ}$	$K'_{П/ВДВ}$	$K'_{Т/ВДВ}$	$K'_{КІ/ВДВ}$	$K_{ТВ/ВДВ}$	$K_{РП/ВДВ}$
СТД	$K_{ВДВ/СТД}$	1	$K_{П/СТД}$	$K_{Т/СТД}$	$K_{КІ/СТД}$	$K_{ТВ/СТД}$	$K_{РП/СТД}$
П	$K_{ВДВ/П}$	$K'_{СТД/П}$	1	$K_{Т/П}$	$K_{КІ/П}$	$K_{ТВ/П}$	$K_{РП/П}$
Т	$K_{ВДВ/Т}$	$K'_{СТД/Т}$	$K'_{П/Т}$	1	$K_{КІ/Т}$	$K_{ТВ/Т}$	$K_{РП/Т}$
КІ	$K_{ВДВ/КІ}$	$K'_{СТД/КІ}$	$K'_{П/КІ}$	$K'_{Т/КІ}$	1	$K_{ТВ/КІ}$	$K_{РП/КІ}$
ТВ	$K'_{ВДВ/ТВ}$	$K'_{СТД/ТВ}$	$K'_{П/ТВ}$	$K'_{Т/ТВ}$	$K'_{КІ/ТВ}$	1	$K'_{РП/ТВ}$
РП	$K'_{ВДВ/РП}$	$K'_{СТД/РП}$	$K'_{П/РП}$	$K'_{Т/РП}$	$K'_{КІ/РП}$	$K_{ТВ/РП}$	1

Визначено соціальні, демографічні та економічні фактори впливу на діяльність туристичної галузі України. Базуючись на їх взаємозв'язку, теоретично обгрунтовано, що для своєчасного та якісного обслуговування населення туристичними послугами оптимальними співвідношеннями є:

- темпи зростання ВДВ у сфері послуг $K_{ВДВ}$ перевищують темпи зростання обсягу реалізованих туристичних послуг $K_{РП}$;
- темпи зростання обсягу реалізованих туристичних послуг $K_{РП}$ не нижче від темпів зростання капітальних інвестицій у сфері послуг $K_{КІ}$;

- темпи зростання капітальних інвестицій у сфері послуг K_{KI} не нижче від темпів зростання працюючих у сфері послуг $K_{П}$;
- темпи зростання працюючих у сфері послуг $K_{П}$ не нижче від темпів зростання туристичних витрат $K_{ТВ}$.

Вишикуємо темпи зростання в соціально-економічній нормалі. Розташовані в симетричних відносно одиничної діагоналі клітинах темпи зростання побудовані за взаємооберненими показниками, тому змінюються в протилежних напрямках при вдосконаленні якості туристичних послуг. Якщо $K_{Т/П} < 1$, то $K_{П/Т} \geq 1$. Проведено оцінку кожної пари темпів зростання за взаємооберненими відносними показниками та одержано матрицю, в якій елементи, що опинились під головною діагоналлю, відповідають умовам гармонійного розвитку й стабільності туристичної діяльності (табл. 1.10).

Таблиця 1.10

Матриця соціальних, демографічних та економічних факторів впливу на розвиток туристичної галузі країни

$\left\{ K_{\beta_{(i,j)}} \right\} =$	I				
	K'	I			
	K'	K'	I		
	...	...	...	...	...
	K'	K'	K'	...	I

При $K' \geq 1$. У результаті останнього етапу перебудови стовпчиків та рядків матриці нова послідовність змін первинних показників утворює соціально-економічну нормаль (табл. 1.11).

Таблиця 1.11

**Послідовність змін первинних показників,
які створюють соціально-економічну нормаль**

	<i>ВДВ</i>	<i>РП</i>	<i>КІ</i>	<i>П</i>	<i>ТВ</i>
<i>ВДВ</i>	I				

<i>РП</i>	$K'_{ВДВ/РП}$	I			
<i>КІ</i>	$K'_{ВДВ/КІ}$	$K'_{РП/КІ}$	I		
<i>П</i>	$K'_{ВДВ/П}$	$K'_{РП/П}$	$K'_{КІ/П}$	I	
<i>ТВ</i>	$K'_{ВДВ/ТВ}$	$K'_{РП/ТВ}$	$K'_{КІ/ТВ}$	$K'_{П/ТВ}$	I

«Для своєчасного та якісного обслуговування населення туристичними послугами оптимальними співвідношеннями є темпи змін, що вишикувались під одиничною діагоналлю» [11]. Одержана соціально-економічна нормаль має вигляд:

$$K_{ВДВ} > K_{РП} > K_{КІ} > K_{П} > K_{ТВ},$$

де K – темпи зростання показників.

На основі одержаної нормалі проведено аналіз умов стану туристичної діяльності в країні. Послідовність розміщення показників у моделі відповідає економічній нормалі, тобто стратегії розвитку економічної системи туристичної діяльності, відповідно до якої темпи зростання кінцевих результатів мають бути вищими за темпи зростання витрат і ресурсів. Аналіз динаміки наведених показників надає змогу зробити такий висновок. Комплекс взаємопов'язаних причин, передусім економічних, соціальних, політичних, культурних призводить до стійкої та довготривалої кількості спаду населення в Україні. Причому в основі демографічної кризи лежать економічні чинники.

Висновки до розділу 1

1. Визначено туристичну галузь як комплекс матеріально-речових, інформаційних, організаційних умов, що забезпечують надання туристичних послуг через виконання економічної функції туризму як галузі національної

економіки в напрямках: стимулювання розвитку елементів інфраструктури національної економіки; збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів за рахунок прямих і непрямих податків; залучення іноземної валюти та інвестицій в економіку; диверсифікація економіки, яка зумовлює появу нових галузей, що надають послуги і виконують роботи для даної індустрії, а як наслідок забезпечує зростання доходів та добробуту населення.

На ринку туристичних послуг взаємодіють дві основні групи: споживачі туристичних послуг – туристи та суб'єкти, які надають ці послуги, – туроператори й турагенти. Об'єктом купівлі-продажу на ринку послуг туризму є туристичні послуги. Туристичну послугу запропоновано розглядати як результат туристичного продукту, а також комплекс допоміжних операцій, які доповнюють купівельний процес продукту й виконуються за попередньою заявкою споживача туристичних послуг. При цьому враховується організаційна форма туризму: в'їзний, виїзний чи внутрішній.

2. Зазначено, що сучасні умови ведення бізнесу потребують впровадження інноваційних підходів підвищення ефективності діяльності окремих галузей національного господарства. Тому з урахуванням Методологічного положення зі статистики туризму та рекомендацій Всесвітньої туристичної організації визначено систему показників, єдиних за змістом, що характеризують обсяги туристичної діяльності та вплив туризму на економіку регіону.

Аргументовано необхідність комплексного використання даних, отриманих із різних джерел, на взаємодоповнюваній основі, а саме визначення переліку показників, що характеризують туристичні ресурси, фінансово-економічну діяльність туристичних суб'єктів, моніторинг туристичного ринку, ефективність туристичної діяльності та вплив на національну економіку. Використання цих показників дає системне уявлення про параметри розвитку туристичної галузі й відображає вплив туризму на економіку країни.

3. Виявлено, що на сучасному етапі зміст інформації, на підставі якої можна аналізувати статистичні дані у сфері туризму, має низку суттєвих недоліків. Зокрема, відсутність однакового поділу за категоріями даних, несвоєчасність подання інформації в публічний доступ, поява потреби в інформації, що характеризує вплив туризму на розвиток національної економіки. Тому на сьогодні важливим завданням, яке потребує нагального вирішення, є вдосконалення інформаційного забезпечення аналізу статистики туризму.

Розвинуто підхід до інформаційно-методичного забезпечення управління розвитком туристичної галузі, який включає систему чинників впливу та показників, що вимірюють їх вплив: зміни у витратах і прибутку, зміна довгострокових темпів зростання галузі, вплив адміністративних органів і зміна політики уряду, соціальна значущість галузі, глобалізація галузі та її стійкість до економічного спаду виробництва в країні з метою оцінювання ефективності функціонування туристичної галузі.

Список використаних джерел до розділу 1

1. Розвиток туризму в Україні: зб. наук. статей. Київ: Вид. центр «Слов'янський діалог», 1995. 244 с.
2. Методологічні положення зі статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/old/titul_old.html (дата звернення: 16.01.2019).
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. URL: http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko24.htm (дата звернення: 16.01.2019)
4. Закон «Про туризм» від 04.11.2018 № 2581-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
5. Бухгалтерський облік в галузях народного господарства: навч. посіб. / О. В. Зінкевич, С. О. Левицька, І. П. Нагавичко, О. Б. Немкович. Рівне: НУВГП, 2006. 268 с.

6. Гарний Д. Особливості перевірок суб'єктів туристичної діяльності контролюючими та правоохоронними органами. *Все про бухгалтерський облік*. 2010. № 53. С. 12–16.
7. Економічна статистика: підручник: у 2 ч. / І. Г. Манцуров, А. М. Єріна, О. К. Мазуренко та ін. Київ: КНЕУ, 2013. Ч. 1. Макроекономічна статистика. 325 с.
8. Світова туристична організація UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 16.01.2019).
9. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 554 с.
10. Сыроежин И. М. Совершенствование системы показателей эффективности и качества. Москва: Экономика, 1980. 192 с.
11. Григорашова С. С. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в чернівецькій області // *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2 (6). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/grygorashova.htm (дата звернення: 16.01.2019).
12. Стеблянко І. Програмно-цільове управління в системі стійкого розвитку національної економіки. URL: http://www.investplan.com.ua/-pdf/20_2015/9.pdf (дата звернення: 16.01.2019).
13. Щепанський Е. Програмно-цільовий метод державного регулювання розвитком туристично-рекреаційної сфери. URL: <http://www.univer.km.ua/visnyk/1616.pdf> (дата звернення: 16.01.2019).
14. Жуковский А. И. Разработка, реализация и оценка региональных целевых программ (на основе канадского опыта) / под общ. ред. С. Ю. Фабричного. Оттава; Москва; Великий Новгород, 2006. 175 с.
15. Рукавишников В. О. Факторная модель структуры общественного мнения и проблемы экологии в современной России. *Социологические исследования*. 1992. № 12. С. 58–71.

16. Харічков С., Дишловий І., Нездоймінов С. Регіональна парадигма цільової програми розвитку рекреації та туризму. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 221–230.
17. Гєєць В., Александрова В., Амоша О. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері: монографія. Київ: Наукова думка, 2008. 383 с.
18. Захарченко В., Корсікова Н., Меркулов М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.
19. Абрамов Л., Азарова Т. Цільові програми та механізми по забезпеченню прозорості у процесі їх реалізації. Кіровоград: ІСКМ, 2010. 100 с.
20. Кизим М. О., Матюшенко І. Ю., Полтарак Н. І. Оцінка якості цільових програм державної підтримки розвитку малого бізнесу: монографія. Харків: Інжек, 2009. 328 с.
21. Кизим М. О., Бернацький П. Й., Губарєва І. О. Забезпечення економічної безпеки України шляхом зниження рівня корупції: монографія. Харків: Інжек, 2014. 184 с.
22. Kosko B. Fuzzy cognitive maps. *International Journal of manmachine Studies*. 1986. Vol. 1. P. 65–75.
23. Structure of Decision. The Cognitive maps of Political Elites / ed. by R. Axelrod. Princeton : Princeton University Press, 1976. 405 p.
24. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.
25. Tourism. URL: <https://www.unescap.org/resources/32-tourism> (дата звернення: 16.01.2019).
26. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010). URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html (дата звернення: 16.01.2019).

27. UNWTO Regulations URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 16.01.2019).
28. Григорашова С. С. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в чернівецькій області. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2 (6). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/grygorashova.htm (дата звернення: 16.01.2019).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ

2.1. Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі України

Промисловий і культурний розвиток сучасного суспільства сприяє значному підвищенню доступності подорожей та туризму для значної частки населення світу. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туризм у найближчі десять років стане лідером у галузі світового експорту. Країни, в економіці яких туристична галузь посідає одне з провідних місць, отримують можливість значно підвищити рівень життя населення, забезпечити більш повну зайнятість, розвивати соціальну інфраструктуру, залучати інвестиційні ресурси, більш повно використовувати наявні природні й культурно-історичні ресурси.

Сучасний стан розвитку туристичної галузі України можна охарактеризувати як нестабільний та низькоефективний, що виявляється в нераціональному використанні наявного туристичного потенціалу, забрудненні туристичних комплексів, низькій конкурентоспроможності національного туристичного продукту. У зв'язку із цим аналіз показників розвитку сфери подорожей і туризму, а також визначення ключових чинників цього розвитку мають важливе значення для розробки напрямів підвищення ефективності функціонування туристичної галузі.

Стан та перспективи розвитку туристичної галузі України, розвиток туризму в контексті євроінтеграції, напрями розвитку інфраструктури ринку туристичних послуг, чинники розвитку туристичної галузі є предметом досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед яких О. Беспала, О. Комліченко, Б. Кошова, О. Лендел, М. Лепкий, В. Мазур, Н. Погуда,

О. Розметова, Т. Рябова, Є. Савва, З. Шацька, А. Шевченко та ін. Вивченню сучасного стану ринку туристичних послуг України на основі аналізу динаміки статистичних показників приділяють увагу Н. Гоблик-Маркович, Т. Ільтьо, М. Колосінська, Є. Колосінський, М. Наумова, Н. Фаринюк та ін. Однак, виокремлення ключових чинників розвитку галузі та визначення їхнього впливу на процес розвитку наразі є своєчасним і доцільним.

Економічний розвиток є більш широким поняттям, ніж економічне зростання, оскільки передбачає не лише якісні та кількісні зміни характеристик соціально-економічної системи, а й покращення соціального, політичного та іншого благополуччя населення країни, тобто цілями розвитку є зростання й благополуччя. Серед заходів забезпечення економічного розвитку виокремлюють захист прав власності, забезпечення енергоефективності, розвиток інфраструктури, людського потенціалу, захист навколишнього середовища тощо.

Відповідно до методик та рекомендацій зі статистики туризму, затверджених на Міжнародній конференції зі статистики подорожей і туризму UNWTO, до переліку основних показників, які легко вимірювати та які надають інформацію про динаміку розвитку туристичної індустрії, належать: кількість прибуттів, тривалість перебування туриста в країні, витрати туристів, пов'язані з подорожжю, доходи від туризму [6, с. 35; 8]. Однак за допомогою запропонованої методики можна зробити лише кількісний аналіз розвитку туризму. При такому способі оцінювання туристичної діяльності не враховують чинники, які сприяють її розвитку, і дестабілізуючі фактори, що ускладнює загальне бачення стану справ та проблем галузі.

Отже, для аналізу нинішнього стану та планування підвищення ефективності функціонування сфери подорожей і туризму необхідно визначити чинники, що є рушійними силами розвитку галузі, а також їх вплив один на одного та динаміку кількісних показників. Аналіз рушійних сил передбачає визначення основних рушійних сил галузі й ступеня впливу рушійних сил на галузь на основі експертних оцінок (табл. 2.1).

Експертами виступали вітчизняні автори наукових праць, предметом дослідження яких є проблеми й заходи забезпечення сталого розвитку туристичної галузі України, а також керівники туристичних організацій.

Таблиця 2.1

**Визначення основних рушійних сил та ступеня їхнього впливу
на розвиток туристичної галузі України**

Чинники	Вплив чинника на галузь	Тип впливу чинника на галузь, R	Важливість чинника для розвитку галузі, n	Оцінка впливу чинника на галузь, $C=R \cdot n$
1	2	3	4	5
Зміна довгострокових темпів зростання галузі	Чинник впливає на співвідношення попиту й пропозиції, на умови входження на ринок і виходу з нього, на характер та інтенсивність конкуренції. Стійке зростання попиту залучає нові компанії та посилює конкуренцію. На ринку, що зменшується, посилюється конкурентний тиск	+1	0,15	+0,15
Зміни у складі споживачів	При появі нових способів використання товарів з'являються нові споживачі. Виділені сили змінюють характер конкуренції, оскільки змінюється асортимент товарів, змінюються колишні й виникають нові системи збуту, нові методи просування	+1	0,04	+0,04
Поява нових товарів	Зміцнює ринкову позицію компаній, що виробляють нові товари, за рахунок тих компаній, які випускають застарілу продукцію. Поява нових товарів відновлює зростання галузі	+1	0,02	+0,02
Технологічні зміни	Технологічні новинки докорінно змінюють ситуацію в галузі, створюючи можливості для виробництва нових і більш якісних товарів при менших витратах, виникають нові перспективи для галузі в цілому	0	0,01	0

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5
Маркетингові інновації	Прийоми маркетингу підвищують інтерес до товарів, збільшують попит у масштабах галузі, посилюють диференціацію й знижують собівартість продукції	+1	0,05	+0,05
Вхід на ринок або вихід з нього великих компаній	Поява на ринку нового потужного конкурента завжди змінює умови конкуренції: змінюється не тільки розстановка сил серед гравців, а й характер конкуренції. Те саме відбувається й при виході з галузі великої компанії: змінюється структура конкуренції в галузі, скорочується число лідерів, загострюється конкурентна боротьба решти компаній	+1	0,02	+0,02
Поширення технічного ноу-хау	Це призводить до зменшення переваг компанії, що володіли раніше цим ноу-хау	0	0,01	0
Глобалізація в галузі	Чинник стає рушійною силою, якщо: - для досягнення економії на масштабі компаніям необхідно розширювати ринок своєї продукції за межі країни; - низька ціна є провідним фактором захоплення ринку; - великі компанії в пошуках нових ринків намагаються закріпитися в якомога більшій кількості країн; - основні природні ресурси або матеріали поставляються з різних країн	+1	0,10	+0,10
Зміни у витратах і прибутку	Збільшення або скорочення розриву між витратами і прибутком в основних конкурентів може радикально змінити характер конкурентної боротьби в галузі	+1	0,15	+0,15
Перехід споживачів від стандартизованих товарів до диференційованих	Розвиток галузі багато в чому визначається підвищенням або зниженням інтересу споживачів до персоналізованих товарів. Разом з тим споживачі іноді вважають, що стандартний товар за нижчою ціною задовольняє їхні потреби нітрохи не гірше, ніж дорогі товари з великим набором додаткових властивостей та індивідуальним обслуговуванням. Зрушення споживчих переваг у бік стандартних товарів загострює цінову конкуренцію	+1	0,03	+0,03
Вплив адміністративних органів і зміна політики уряду	Ослаблення втручання держави в економіку може привести до прискореного розвитку й зміни стратегічних підходів. Водночас фінансова державна підтримка галузі також може сприяти її розвитку	+1	0,13	+0,13

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5
Зміна суспільних цінностей і способу життя	Виникнення нових соціальних проблем, зміни громадської думки й стилю життя – потужне джерело змін у галузі	-1	0,03	-0,03
Соціальна значущість галузі	Питома вага працівників галузі в загальній кількості зайнятих в економіці	-1	0,12	-0,12
Зниження невизначеності й ризику в бізнесі	Для галузі, що зростає, зазвичай характерна відсутність докладної інформації про параметри ринку, тому вона приваблює схильних до ризику гравців. Якщо діяльність компаній-піонерів є успішною, у галузь входять і більш обережні гравці (пізні послідовники), зазвичай з числа великих, фінансово стійких компаній, які шукають вигідні можливості для інвестування в галузі, що зростають	+1	0,04	+0,04
Стійкість галузі до економічного спаду виробництва	Здатність галузі генерувати певний рівень доходу, незважаючи на незначний економічний спад, створює сприятливі умови для підприємств, які в ній функціонують	+1	0,10	+0,10
Разом:			1,0	x

Джерело: складено автором.

«Оцінка впливу кожного чинника визначається добутком двох характеристик: 1) спрямуванням впливу чинника на галузь: негативний або позитивний вплив на розвиток галузі за бінарною системою числення («-1» та «+1» відповідно); 2) вагового коефіцієнта, що визначає важливість чинника для розвитку галузі, який задається значенням у межах від 0 (зовсім не важливо) до 1 (абсолютно важливо)» [9, с. 167]. Чим ближчою є оцінка впливу певного чинника до нуля, тим менш важливим він є для розвитку галузі, тому домінанти (рушійні сили) мають оцінку впливу ближче до «-1» або «+1».

Для розуміння процесів, що відбуваються в досліджуваній системі, необхідно оцінити напрям і силу впливу чинників один на одного. Оскільки посилення чинника може справити більший вплив на стан інших чинників системи, ніж його ослаблення (або навпаки, ослаблення чинника може спричинити більш істотний вплив на зміну стану інших чинників системи, ніж

його посилення), для проведення оцінювання доцільною є побудова двох матриць – матриці прискорення й матриці гальмування.

Матриці полегшують систематизацію стимулюючої та гальмівної дії чинників один на одного й допомагають зрозуміти, який вплив має та під який вплив підпадає кожен ключовий чинник. Матриця прискорення (гальмування) – це квадратна матриця, в якій рядки й стовпці відповідають ключовим чинникам, що визначають функціонування туристичної галузі. Матриця прискорення будується за принципом: прискорення чинників по вертикалі приводить до зміни чинників по горизонталі (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Матриця прискорення в системі «Розвиток туристичної галузі України»

	Чинники	1	2	3	4	5	6	Сума «актив»	Ступінь взаємозв'язку
1	Зміни у витратах і прибутку	0	0,5	2	2	1	0,5	6	54
2	Глобалізація галузі	1	0	2	1	0,5	0,5	5	17,5
3	Зміна довгострокових темпів зростання галузі	2	1	0	2	1	0,5	6,5	58,5
4	Сталість галузі до економічного спаду виробництва	2	0,5	2	0	1	0,2	5,7	45,6
5	Соціальна значущість галузі	2	0,5	1	1	0	1	5,5	24,75
6	Вплив адміністративних органів і зміна політики уряду	2	1	2	2	1	0	8	21,6
	Сума «пасив»	9	3,5	9	8	4,5	2,7	x	x
	Ступінь активності	0,67	1,43	0,72	0,71	1,22	2,96	x	x

Джерело: складено автором.

Матриця гальмування будується за принципом: гальмування чинників по вертикалі приводить до зміни чинників по горизонталі (табл. 2.3).

Оцінювання взаємного впливу чинників і побудову матриць здійснено на основі опитування, яке надає змогу отримати достатньо точну інформацію про стан і можливі тенденції розвитку туризму завдяки професійному досвіду осіб, що були залучені до дослідження (фахівці, керівники туристичних організацій, науковці).

Таблиця 2.3

Матриця гальмування в системі «Розвиток туристичної галузі України»

	Чинники	1	2	3	4	5	6	Сума «актив»	Ступінь взаємозв'язку
1	Зміни у витратах і прибутку	0	2	2	2	2	0,5	8,5	63,75
2	Глобалізація галузі	2	0	0,5	0,5	0,5	0,5	4	24
3	Зміна довгострокових темпів зростання галузі	2	2	0	1	2	2	9	58,5
4	Сталість галузі до економічного спаду виробництва	2	1	2	0	1	2	8	52
5	Соціальна значущість галузі	1	0,5	1	1	0	2	5,5	35,75
6	Вплив адміністративних органів і зміна політики уряду	0,5	0,5	1	2	1	0	5	35
	Сума «пасив»	7,5	6	6,5	6,5	6,5	7	x	x
	Ступінь активності	1,13	0,67	1,38	1,23	0,85	0,71	x	x

Джерело: складено автором.

Інтенсивність взаємодії чинників оцінювали експерти за бальною шкалою: 0,1 – немає прямого впливу, 0,5 – слабкий вплив, 1,0 – середній вплив, 2,0 – сильний вплив.

Виявлення ролі чинників у межах системи здійснено шляхом розрахунку такої сукупності показників:

- суми кожного рядка матриці (сума «актив» конкретного ключового чинника) – показує загальний вплив чинника на систему (стимулювання або гальмування);

- суми кожного стовпчика матриці (сума «пасив» конкретного ключового чинника) – відображає загальний вплив системи на чинник (стимулювання або гальмування);

- множення суми «актив» і суми «пасив» – показує ступінь взаємодії чинника в межах системи: чим вище значення, тим сильніше чинник взаємодіє всередині системи;

- ділення суми «актив» на суму «пасив» – показує ступінь активності кожного чинника. Якщо значення мале (від 0 до 1), то вплив, якого зазнає

чинник, більший, ніж той вплив, який він справляє на інші чинники, і навпаки.

«Побудовані матриці прискорення й гальмування є основним інструментом аналізу чутливості, який надає змогу математично обґрунтувати роль кожного чинника в межах досліджуваної системи: чинник-індикатор – віддзеркалює й пояснює розвиток процесів, що відбуваються в системі; цільовий чинник – його зміна або стабілізація є метою управління; управляючий чинник – потенційно можливий важіль впливу на ситуацію» [5, с. 18].

Визначення ступеня взаємодії й активності (див. табл. 2.2, 2.3) є базою для подальшої інтерпретації ролі кожного ключового чинника в межах системи. Для того, щоб проілюструвати ступінь взаємодії та ступінь активності для всіх чинників одночасно, використовують систему координат, де вісь ординат показує ступінь взаємодії, а вісь абсцис – ступінь активності. Оскільки є дані двох матриць (стимулювання й гальмування), то положення чинника визначається двома парами координат: одна – для компонента стимулювання, інша – для компонента гальмування. Таким чином, кожен чинник представлений двома точками в системі координат: одна показує його роль як стимулюючого компонента (зображена точкою), інша – його роль як гальмуючого компонента (зображена трикутником). Щоб полегшити інтерпретацію, система координат може бути розділена на чотири поля залежно від сили взаємодії чинників (слабке, сильне) і здатності впливу на систему (пасивне, активне) (рис. 2.1).

Отже, чинниками, які найбільшою мірою впливають на розвиток туристичної галузі та на гальмування цього розвитку, є зміна довгострокових темпів зростання галузі, зміни у витратах і прибутку та сталість галузі до економічного спаду національного виробництва. При цьому ступінь активності зазначених чинників як стимуляторів розвитку є меншою за одиницю, а отже, вони зазнають значного впливу з боку інших чинників системи. Якщо розглядати зазначені чинники як такі, що гальмують

розвиток, то в такому разі вплив, який вони здійснюють на інші чинники, є більш суттєвим, ніж вплив, якого вони зазнають самі.

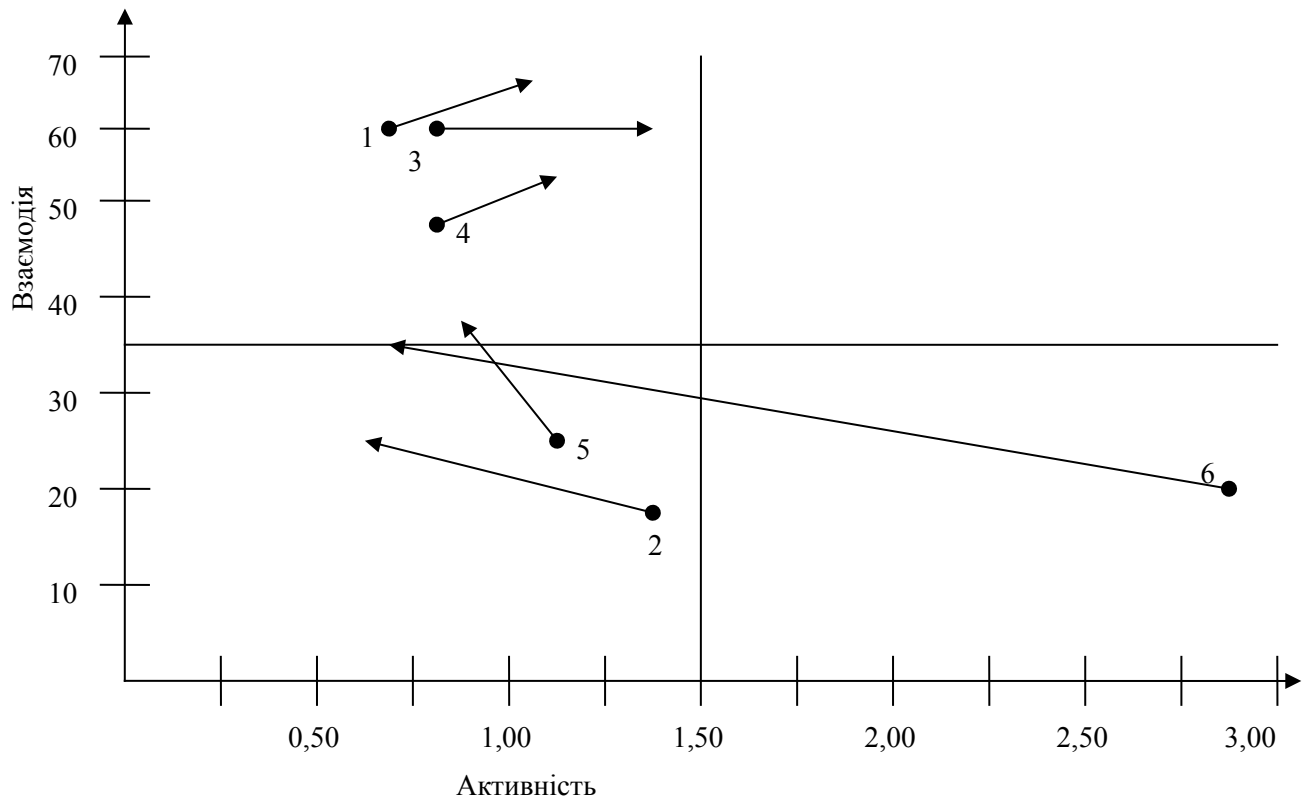


Рис. 2.1. Роль чинників у системі «Розвиток туристичної галузі України»

Джерело: складено автором.

Найменшою мірою стимулюють та гальмують розвиток туристичної галузі її глобалізація й вплив адміністративних органів. При цьому за умов зростання ці чинники справляють суттєвий вплив на інші чинники системи, а за умов скорочення – навпаки, підпадають під більший вплив інших чинників.

Узагальнений опис ролей чинників, що впливають на розвиток туристичної галузі наведено в табл. 2.4.

**Інтерпретація чинників відповідно до їх спроможності впливати
на систему «Розвиток туристичної галузі України»**

Графічне зображення		Спроможність чинників впливати на систему
		Чинник 1. Зміни у витратах і прибутку Стимулювання: сильно взаємодіє, низький рівень активності.
		Гальмування: високий рівень взаємодії, середній рівень активності.
		Чинник однаково сильно може впливати як на розвиток, так і на гальмування системи. За умов зростання підпадає під суттєвий вплив інших чинників, за умов скорочення справляє значний вплив на інші чинники.
		Чинник 2. Глобалізація галузі Стимулювання: низький рівень взаємодії, середня активність.
		Гальмування: низький рівень взаємодії, низький рівень активності.
		Зміна цього чинника є метою. Багато чинників стимулюють його зміну, вони не підходять для управління системою
		Чинник 3. Зміна довгострокових темпів зростання галузі Стимулювання: сильно взаємодіє, низький рівень активності.
		Гальмування: високий рівень взаємодії, середній рівень активності.
		Чинник однаково сильно може впливати як на розвиток, так і на гальмування системи. За умов зростання підпадає під суттєвий вплив інших чинників, за умов скорочення справляє значний вплив на інші чинники
		Чинник 4. Сталість галузі до економічного спаду виробництва Стимулювання: середній рівень взаємодії, низький рівень активності.
		Гальмування: високий рівень взаємодії, середній рівень активності.
		За умов зростання чинник справляє середній вплив на систему, при цьому зазнає суттєвого впливу інших чинників. За умов скорочення може сильно гальмувати розвиток системи й впливати на характеристики інших чинників
		Чинник 5. Соціальна значущість галузі Стимулювання: середній рівень взаємодії, низький рівень активності.
		Гальмування: низький рівень взаємодії, середній рівень активності.
		За умов зростання чинник здійснює середній вплив на систему, при цьому підпадає під суттєвий вплив інших чинників. За умов скорочення майже не впливає на гальмування розвитку системи, однак здійснює суттєвий вплив на інші чинники.
		Чинник 6. Вплив адміністративних органів і зміна політики уряду Стимулювання: низький рівень взаємодії, дуже високий рівень активності.
		Гальмування: середній рівень взаємодії, низький рівень активності.
		За умов зростання чинник не справляє суттєвого впливу на розвиток системи, але суттєво впливає на характеристики інших чинників. За умов скорочення не призводить до суттєвого гальмування розвитку системи та відчуває вплив інших чинників

Джерело: складено автором.

Отже, у результаті аналізу чутливості ключових чинників розвитку туристичної галузі України визначено, що чинниками-індикаторами, які

віддзеркалюють і пояснюють розвиток процесів, що відбуваються в системі, є сталість галузі до економічного спаду виробництва та вплив адміністративних органів, зміна політики уряду; цільовими чинниками, зміна або стабілізація яких є метою управління, виступають глобалізація галузі та її соціальна значущість; чинниками управління є зміни у витратах і прибутку та зміна довгострокових темпів зростання галузі.

Туристичний потік є одним із найважливіших індикаторів розвитку сфери туризму, оскільки виявлені в процесі його вивчення закономірності можуть бути покладені в основу стратегії розвитку туризму країн і регіонів. Дослідження тенденцій туристичних потоків сприятиме розробці та реалізації ефективної туристичної політики, формуванню туристичних продуктів, які матимуть попит, залученню й застосуванню в туризмі нових ресурсів, оптимальному використанню наявного потенціалу.

Показники, що вимірюють вплив чинників на розвиток туристичної галузі та характеристики ефективності використання чинників управління цим розвитком, наведено в табл. 1.5. Вихідні дані для розрахунку показників, які вимірюють вплив чинників на розвиток туристичної галузі України за період 2014–2018 рр., наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Вихідні дані для розрахунку показників, що вимірюють вплив чинників на розвиток туристичної галузі України

Показники	Роки					Темп при- росту 2018 р. / 2014 р., %
	2014	2015	2016	2017	2018	
1	2	3	4	5	6	7
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн	5566645,5	5015349,2	11935681,7	19022629,6	21625920,9	+288,5

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7
Операційні витрати суб'єктів туристичної діяльності, тис. грн	5123054,7	4536174,0	9180011,7	14936467,2	17977379,1	+251,2
Індекс інфляції (індекс споживчих цін)	1	1,433	1,557	1,694	1,792	x
Дохід від надання туристичних послуг у цінах 2014 р.	5566645,5	3499894,8	7665820,0	11229415,3	12068036,2	+116,8
Темп приросту доходу від надання туристичних послуг (у цінах 2014 р.)	x	-37,1	+119,0	+46,5	+7,5	x
Операційні витрати суб'єктів туристичної діяльності у цінах 2014 р.	5141632,7	3165508,7	5895961,3	8817277,0	10032019,6	+95,1
Прибуток від реалізації, тис. грн	425012,8	334386,0	1769858,7	2412138,4	2036016,6	+379,0
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	3885	3182	3506	3469	4293	+10,5
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	11513	9588	10412	10291	11877	+3,2
Зайняте населення, осіб	18073300,0	16443200,0	16276900,0	16156400,0	16360900,0	-9,5
ВВП у фактичних цінах; млн грн	1 586 915	1988544	2385367	2 983 882	3 558 706	+124,3
ВВП у цінах 2014 р.	1586915,0	1387679,0	1532027,6	1761441,6	1985885,0	+25,1
Темп приросту ВВП у цінах 2014 р.	x	-12,6	+10,4	+15,0	+12,7	x
Капітальні інвестиції з державного бюджету на розвиток туризму, млн грн	1482,0	1393,1	1477,9	2133,5	2675,1	+80,5

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7
Капітальні інвестиції з державного бюджету усього, млн грн.	2738,7	6919,5	9264,1	15295,2	22814,1	+733,0
Обслуговано туристів усього, осіб	2216957	1814827	2250107	2403987	3957623	+78,5
Обслуговано в'їзних (іноземних) туристів, осіб	16618	14550	33784	38563	72941	+338,9

Джерело: складено автором з використанням [2; 3; 4; 7; 10].

Використовуючи формули табл. 1.5 та дані табл. 2.5, визначено, що показники, які кількісно характеризують управляючий чинник «зміни у витратах і доходах», протягом 2014–2018 рр. мали позитивну динаміку.

Так, коефіцієнт прибутковості реалізації послуг туристичних підприємств збільшився на 9,3 в. п., а коефіцієнт прибутковості витрат – на 12 в. п., хоча зростання не було планомірним: найвищі значення показників були отримані у 2016 р., а протягом наступних двох років спостерігалось їх скорочення (табл. 2.6).

Динаміка показників, що характеризують другий управляючий чинник «зміна довгострокових темпів зростання галузі», протягом останніх п'яти років була різноспрямованою. Кількість туристичних підприємств у 2015 р. порівняно з попереднім роком скоротилася на 18 пунктів, а протягом наступних трьох років мала хвилеподібну динаміку то зменшуючись, то знову зростаючи. Темпи приросту кількості туристів, обслугованих туристичними організаціями України, скоротились у 2015 р. також на 18 пунктів, а протягом наступних трьох років мали позитивну динаміку. Найбільшого зростання зазначені показники набули у 2018 р.

Таблиця 2.6

**Динаміка показників розвитку туристичної галузі України
за період 2014-2018 рр.**

Показники	Роки					Темп приросту 2018 р. / 2014 р., в. п.
	2014	2015	2016	2017	2018	
Коефіцієнт прибутковості реалізації продукції, %	7,6	9,6	23,1	21,5	16,9	+9,3
Коефіцієнт прибутковості витрат (рентабельність), %	8,3	10,6	30,0	27,4	20,3	+12,0
Темпи приросту кількості підприємств	x	-18,1	+10,2	-1,1	+23,8	x
Темпи приросту кількості туристів, обслугованих туристичними організаціями України	x	-18,1	+24,0	+6,8	+64,6	x
Питома вага капітальних вкладень у галузь у загальному обсязі державних капітальних вкладень в економіку, %	54,1	20,1	16,0	13,9	11,7	-42,4
Співвідношення темпів приросту обсягу виробництва галузі та темпів приросту обсягу ВВП України, рази	x	3,0	11,4	3,1	0,6	x
Питома вага працівників галузі в загальній кількості зайнятих в економіці, %	0,064	0,058	0,064	0,064	0,073	+0,009
Питома вага експорту в загальному обсязі наданих послуг, %	0,7	0,8	1,5	1,6	1,8	+1,1

Джерело: складено автором.

Отже, управляючі чинники тільки у 2016 р. справляли стимулюючий вплив на розвиток туристичної галузі України, а у 2015, 2017 і 2018 рр. показники, що їх характеризують, мали різноспрямовану динаміку, що не дає можливості визначити вплив чинників як стимулюючий або гальмівний.

Сталість галузі до економічного спаду виробництва, яка характеризується співвідношенням темпів приросту обсягу виробництва галузі та темпів приросту обсягу ВВП України, є незадовільною, оскільки скороченню ВВП у 2015 р. на 12,6 пункту (див. табл. 2.5) відповідало скорочення виробництва галузі на 37,1 пункту (майже у три рази більше), зростанню ВВП у 2016 р. на 10,4 пункту відповідало збільшення виробництва галузі на 119 пунктів (майже у одинадцять разів більше), зростанню ВВП у 2017 р. на 15 пунктів відповідало збільшення виробництва галузі на 46,5 пункту (майже у три рази більше), зростанню ВВП у 2018 р. на 12,7 пункту відповідало збільшення виробництва галузі на 7,5 пункту (майже

у 0,6 разу менше). Тобто галузь є достатньо чутливою до проявів економічного спаду національної економіки. При цьому визначити вплив чинника як стимулюючий або гальмівний неможливо.

Питома вага капітальних вкладень у галузь у загальному обсязі державних капітальних вкладень в економіку, що характеризує чинник «вплив адміністративних органів і зміна політики уряду», протягом досліджуваного періоду мала щорічну негативну динаміку. Загальне скорочення показника у 2018 р. порівняно з 2014 р. становить 42,4 пункту. Отже, чинник справляв гальмівний вплив на розвиток туристичної галузі. Таким чином, характеристики чинників-індикаторів свідчать про незадовільну сталість туристичної галузі до кризових проявів у національній економіці та гальмуючий вплив адміністративних органів.

Динаміка цільових чинників, які характеризують показники питомої ваги працівників галузі в загальній кількості зайнятих та питомої ваги експорту в загальному обсязі наданих послуг, протягом 2014–2018 рр. була позитивною, але їх зростання було незначним. Так, частка зайнятих у галузі в загальному обсязі зайнятих становила 6–7%, а зростання цього показника становило 0,009 пункту. Зростання частки експорту в загальному обсязі наданих послуг зросло на 1,1 пункту, що також є недостатнім.

Отже, незважаючи на здебільшого позитивну динаміку статистичних даних, що характеризують стан туристичної галузі України за 2014–2018 рр., можна узагальнити, що вплив ключових чинників на розвиток галузі є різноспрямованим (табл. 2.7). При цьому виключно гальмівний вплив має лише чинник «вплив адміністративних органів і зміна політики уряду», а виключно стимулюючий – чинник «глобалізація галузі».

Таблиця 2.7

Характер впливу ключових чинників на розвиток туристичної галузі України

Чинники		Показники	Характер впливу	
			показника	чинника
Управляючі	Зміни у витратах і доходах	Коефіцієнт прибутковості реалізації послуг	Різностпрямований	Різностпрямований
		Коефіцієнт прибутковості витрат	Різностпрямований	
	Зміна довгострокових темпів зростання галузі	Темпи приросту кількості підприємств	Різностпрямований	Різностпрямований
		Темпи приросту кількості туристів, обслугованих туристичними організаціями України	Різностпрямований	
Індикатори	Стійкість галузі до економічного спаду виробництва	Співвідношення темпів приросту обсягу виробництва галузі та темпів приросту обсягу ВВП України	Різностпрямований	Різностпрямований
	Вплив адміністративних органів і зміна політики уряду	Питома вага капітальних вкладень у галузь у загальному обсязі державних капітальних вкладень в економіку	Гальмуючий	
Цільові	Соціальна значущість галузі	Питома вага працівників галузі в загальній кількості зайнятих	Різностпрямований	Різностпрямований
	Глобалізація галузі	Питома вага експорту в загальному обсязі наданих послуг	Такий, що стимулює	

Джерело: складено автором.

«Таким чином, з метою забезпечення сталого розвитку галузі подорожей і туризму в Україні необхідно забезпечити: зростання доходів туристичних підприємств та зростання розмірів галузі завдяки створенню привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму й курортів; популяризації України у світі та формуванню іміджу України як країни, привабливої для туризму; формуванню й реалізації конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів; удосконаленню системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів. Усі ці заходи й багато інших зазначено в Стратегії розвитку туризму та курортів на

період до 2026 р.» [1]. А отже, забезпечення розвитку туристичної галузі залежить від якості реалізації визначних у Стратегії завдань.

Отже, рушійними силами розвитку туристичної галузі України є зміни у витратах і прибутку туристичних підприємств; зміна довгострокових темпів зростання галузі; вплив адміністративних органів і зміна політики уряду; соціальна значущість галузі; глобалізація галузі; стійкість галузі до економічного спаду виробництва в країні.

За допомогою методу аналізу чутливості математично обґрунтовано роль кожного чинника в межах системи «Розвиток туристичної галузі України», а саме: чинниками-індикаторами, які віддзеркалюють і пояснюють розвиток процесів, що відбуваються в системі, є сталість галузі до економічного спаду виробництва та вплив адміністративних органів, зміна політики уряду; цільовими чинниками, зміна або стабілізація яких є метою управління, виступають глобалізація галузі та її соціальна значущість; чинниками управління є зміни у витратах і прибутку туристичних підприємств та зміна довгострокових темпів зростання галузі.

Аналіз динаміки показників, які вимірюють вплив чинників на розвиток туристичної галузі України, за період 2014–2018 рр. показав, що вплив ключових чинників на розвиток галузі є різноспрямованим. При цьому виключно гальмівний вплив має лише чинник «вплив адміністративних органів і зміна політики уряду», а виключно стимулюючий – чинник «глобалізація галузі».

2.2. Оцінка стратегії управління розвитком туристичної галузі України

«Туризм є одним з найбільш перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країн, територій та міст, оскільки сприяє розвитку

багатьох галузей економіки, серед яких: побутове обслуговування, торгівля, транспорт, сільське господарство, будівництво, промисловість тощо. Всесвітня туристична організація прогнозує в найближче десятиліття для туристичної галузі лідерські позиції в обсязі світового експорту. На туризм припадає близько 10% ВВП усього світу, 11% споживацьких витрат у світі, 5% сукупних надходжень від податків, 7% інвестицій і третя частина торгівлі послугами» [11]. «З огляду на зростання ваги туризму як чинника сталого розвитку національної економіки, у 2017 р. Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. [1], система моніторингу й оцінювання результатів реалізації якої є однією з головних умов досягнення визначених цілей».

Напрями розвитку вітчизняної туристичної галузі є предметом досліджень багатьох науковців. Автори висвітлюють питання інноваційного розвитку підприємств галузі, підвищення якості кадрового забезпечення надання туристичних послуг, аналізують сучасний стан галузі та розробляють перспективні напрями її розвитку. Проблемам стратегічного розвитку сектору туризму й курортів приділяють увагу О. Беспала, А. Василенко, М. Лущик, В. Мазур, О. Роїк, Т. Рядова, Н. Степаненко, Н. Стецько, О. Трохимець, Т. Шелеметьєва та ін. Однак оцінювання результатів реалізації заходів з досягнення стратегічних цілей розвитку є завжди актуальним, оскільки надає можливість визначити наявні проблеми, складності та недоліки вжитих заходів та своєчасно їх усунути.

Основними напрямками реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. в Україні є: безпека туристів, нормативно-правова база сфери туризму та курортів, розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, маркетингова політика розвитку туризму та курортів України (рис. 2.2).

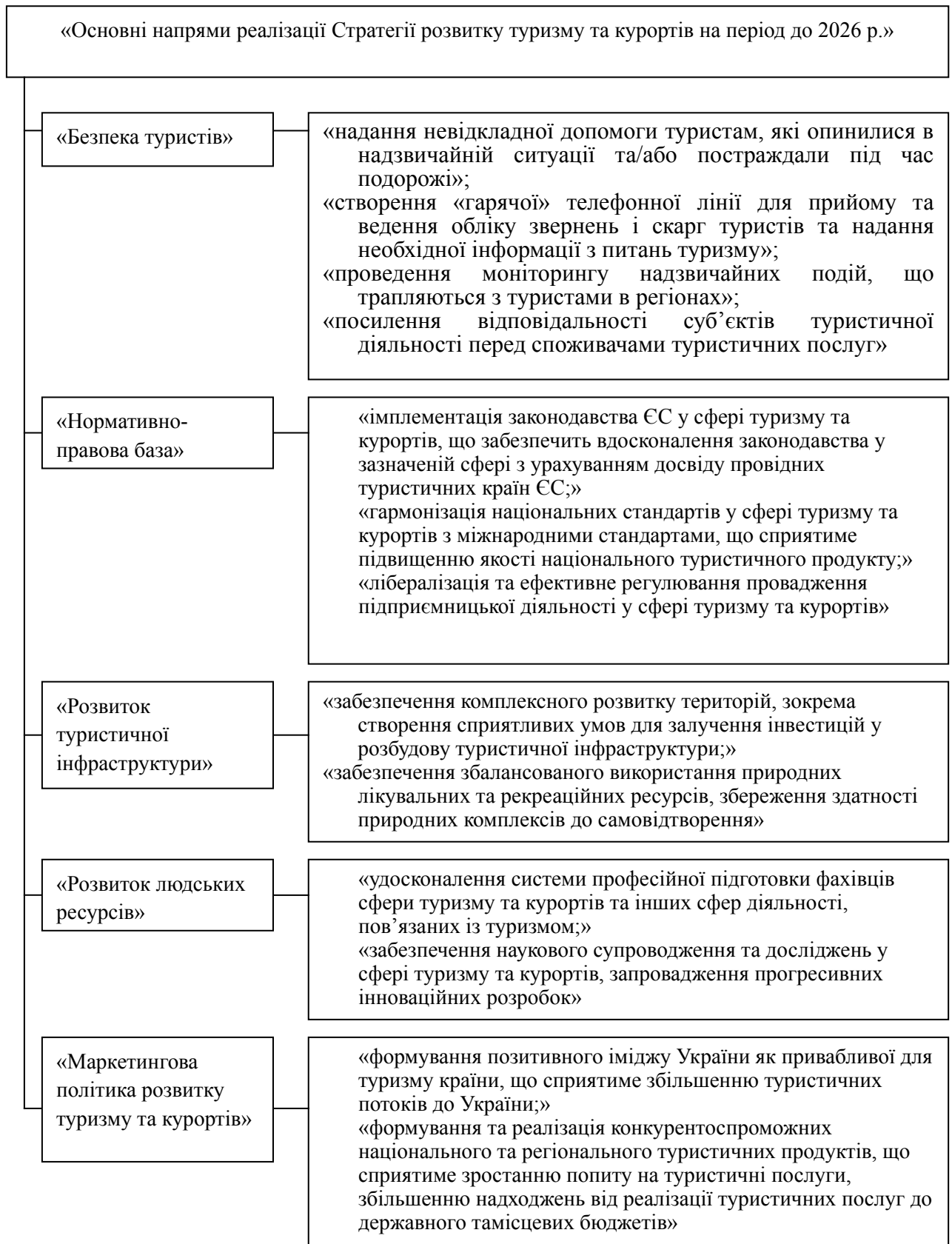


Рис. 2.2. Основні напрями реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.

Джерело: складено автором за даними [1].

«Відповідно до Плану заходів з реалізації вищезазначеної стратегії на 2018 р., як виконавців було визначено ДСНС, Національну поліцію, МОЗ, Державну службу медицини катастроф, Гірську оперативно-рятувальну службу, громадські гірські та волонтерські рятувальні формування, обласні та Київську держадміністрації, органи місцевого самоврядування, Укравтодор, Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, суб'єктів туристичної діяльності, Держстат, державні НДІ та інші установи» [2].

Моніторинг реалізації Стратегії проводить Мінекономрозвитку з залученням громадських організацій та незалежних інститутів і експертів. Для оцінювання результатів реалізації стратегії розвитку туризму та курортів в Україні використовують контрольні показники (табл. 2.8), результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів та дані центральних органів виконавчої влади.

Таблиця 2.8

«Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні»

[1]

Найменування показника розвитку	Роки			
	2015	2019	2022	2026
1. «Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн осіб»	12,9	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
2. «Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць»	6,8	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
3. «Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн грн.»	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
4. «Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд грн.»	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
5. «Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб»	88	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
6. «Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб»	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
7. «Кількість екскурсантів, тис. осіб»	125,5	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази

Міжнародний Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ІКПТ) може також слугувати джерелом інформації щодо досягнення стратегічних цілей розвитку сфери туризму та курортів в Україні. ІКПТ кожні два роки розраховують фахівці Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) для 140 країн з метою оцінювання політик із забезпечення стійкого розвитку туризму. Партнерами ВЕФ при цьому виступають «Bloom Consulting», «STR Global», Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародний союз охорони природи (IUCN), Всесвітня туристська організація (UNWTO) та Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTTC). Звіт є стратегічним інструментом, який можуть використовувати приватні організації та уряди країн для порівняльного аналізу показників розвитку туристичної галузі завдяки виокремленню її сильних і слабких сторін. Індекс складається із чотирьох субіндексів, 14 індексів та 90 окремих індикаторів (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структура індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму 2019 р. [14]

Субіндекс «Сприятливе середовище» охоплює загальні умови, необхідні для роботи в країні, і включає 5 індексів:

1. «Бізнес-середовище (12 показників). Ця складова показує, наскільки політичне середовище, що існує в країні, сприяє веденню бізнесу. Дослідження виявили тісні зв'язки між економічним зростанням і такими аспектами, як захист прав власності та ефективність правової бази. При визначенні цього індексу враховують вартість і час, необхідні для отримання дозволів на будівництво, що є актуальним питанням для розвитку туристичної галузі».

2. Безпека і захист (5 показників) є критичними чинниками, що визначають конкурентоспроможність галузі туризму в певній країні. Туристи, скоріше за все, утримуватимуться від поїздок до небезпечних країн або регіонів. При цьому до уваги беруть частоту й кількість злочинів, випадків насильства та тероризму, а також спроможність поліцейських служб забезпечити відповідний захист.

3. Здоров'я і гігієна (6 показників). Доступ до якісної питної води й санітарних умов важливий для комфорту та здоров'я мандрівників. У випадку, якщо туристи захворіють, сектор охорони здоров'я країни повинен бути в змозі забезпечити належний догляд, що вимірюється наявністю лікарів і лікарняних ліжок. Крім того, значне поширення ВІЧ і малярії може мати вплив на продуктивність робочої сили в галузі туризму, а також стати причиною відмови туристів від відвідування країни.

4. Людські ресурси і ринок праці (9 показників). Високоякісні людські ресурси в економіці гарантують, що галузь матиме доступ до потрібних співробітників. Показники цього індексу вимірюють, наскільки добре країни розвивають навички за допомогою освіти й професійної підготовки та сприяють найкращому розподілу цих навичок через ефективний ринок праці. Перший показник характеризує формальні рівні освіти й участь приватного сектору в оновленні людських ресурсів, другий – містить показники гнучкості, ефективності й відкритості ринку праці, а також участі жінок для

оцінювання глибини кадрового резерву країни та її здатності використовувати людські ресурси.

5. Готовність до ІКТ (8 показників). Інтернет-послуги й ділові операції набувають усе більшого значення в туристичній сфері, оскільки Інтернет використовують для планування маршрутів, бронювання поїздок і розміщення. Проте ІКТ наразі є настільки поширеними й важливими для всіх секторів, що є частиною загального сприятливого середовища. Показники цього індексу вимірюють не тільки наявність сучасної жорсткої інфраструктури (тобто покриття мобільної мережі та якість електропостачання), а й здатність підприємств і приватних осіб використовувати та надавати онлайн-послуги.

Субіндекс «Політика та створення сприятливих умов» віддзеркалює конкретну політику або стратегічні аспекти, що впливають безпосередньо на індустрію туризму, та складається із чотирьох індексів.

6. Визначення пріоритетності подорожей і туризму (6 показників). Міра, якою уряд визначає пріоритетність сектору туризму й подорожей, впливає на конкурентоспроможність галузі. За умов визначення сектору пріоритетним, уряд може спрямовувати засоби на основні проекти розвитку й координувати учасників та ресурси, необхідні для його розвитку. Стабільність державної політики може вплинути на здатність галузі залучати додаткові приватні інвестиції. Цей індекс включає показники державних витрат, ефективність маркетингових кампаній і брендінгу країни, а також повноту та своєчасність надання даних щодо туризму й подорожей міжнародним організаціям.

7. Міжнародна відкритість (3 показники). Розвиток конкурентоспроможної туристичної галузі на міжнародному рівні вимагає забезпечення певного ступеня відкритості та спрощення поїздок. Обмежувальні політики, такі як обтяжливі візові вимоги, зменшують бажання туристів відвідати країну й побічно знижують доступність ключових послуг. Показники, що складають цей індекс, включають кількість

двосторонніх угод про повітряне сповіщення, які було укладено урядом, і кількість чинних регіональних торгових угод, що характеризують спроможність надавати туристичні послуги світового рівня.

8. Конкурентоспроможність цін (4 показники). Зниження витрат, пов'язаних з поїздками по країні, підвищує її привабливість для багатьох мандрівників, а також для інвестицій у сектор туризму. Серед аспектів цінової конкурентоспроможності, які враховує індекс, – податки на авіаквитки та аеропортові збори, які можуть значно підвищити вартість авіаквитків; відносна вартість мешкання в готелі; прожитковий мінімум, що визначається за паритетом купівельної спроможності; ціни на паливо, які напряду впливають на вартість поїздки.

9. Екологічна стійкість (10 показників). Важливість природного середовища для забезпечення привабливого місця для туризму неможливо переоцінити, тому політика й чинники, що сприяють екологічній стійкості, є важливою конкурентною перевагою в забезпеченні майбутньої туристичної привабливості країни. Цей індекс складається з таких показників політики, як жорсткість і дотримання державних природоохоронних норм, а також показників, що оцінюють стан водних і лісових ресурсів, морських ресурсів, який визначається обсягом рибних запасів.

Субіндекс «Інфраструктура» характеризує доступність і якість фізичної інфраструктури кожної економіки та включає 3 компоненти:

10. Інфраструктура повітряного транспорту (6 показників). Індекс оцінює такі показники, як кількість вільних місць у кілометрах, кількість вильотів, щільність аеропортів і кількість діючих авіакомпаній, а також якість інфраструктури повітряного транспорту для внутрішніх і міжнародних рейсів.

11. Наземна й портова інфраструктура (7 показників). Наявність ефективних і доступних транспортних перевезень до головних бізнес-центрів країни та туристичних пам'яток має життєво важливе значення для туристичного сектору. Для цього потрібна достатньо розвинута мережа

автомобільних доріг і залізниць, а також портова інфраструктура, що відповідають міжнародним стандартам комфорту, безпеки й модальній ефективності. Індекс також оцінює якість ґрунтових доріг, які забезпечують місцеве сповіщення та певною мірою свідчать про наявність живописних доріг, які можуть приваблювати туристів.

12. Інфраструктура туристичного обслуговування (4 показники). Наявність житла певної якості, курортів і розважальних закладів може створювати певні конкурентні переваги для країни. Інфраструктуру туристичних послуг характеризує кількість готельних номерів, доповнених доступом до прокату автомобілів і банкоматів.

Субіндекс «Природні ресурси» охоплює основні «причини для подорожей» і включає 2 індекси.

13. Природні ресурси (5 показників). Країни з особливими природними активами явно мають конкурентну перевагу в залученні туристів. Серед чинників привабливості – природні об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, якість природного середовища, яка віддзеркалює красу ландшафту, багатство тваринного світу в країні, загальна кількість відомих видів тварин, питома вага й розміри національних парків і заповідників.

14. Культурні ресурси та ділові поїздки (5 показників). Враховують кількість об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО у сфері культури, кількість великих стадіонів, де можна проводити значні спортивні або розважальні заходи, а також кількість пошукових запитів в Інтернеті, пов'язаних з культурою країни. Кількість зустрічей міжнародних асоціацій, що проводять у країні, частково характеризує ділові поїздки.

«Дві третини набору даних для ІКПТ становлять статистичні дані міжнародних організацій, а ще одна третина заснована на даних опитувань експертів, якими виступають понад 16 000 лідерів бізнесу всіх країн, що оцінюються. Результати таких опитувань є джерелом розуміння найважливіших якісних аспектів конкурентоспроможності подорожей і туризму» [14].

Порівняльний аналіз основних напрямів реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., контрольних показників розвитку, зазначених у Стратегії, та складових Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму, за методикою ВЕФ (табл. 2.9), показав, що контрольні показники характеризують лише два напрями розвитку Стратегії, які стосуються безпеки туристів та розвитку туристичної інфраструктури.

Таблиця 2.9

Відповідність основних напрямів реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., контрольних показників розвитку та складових Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму,

за методикою ВЕФ

Основні напрями Стратегії	Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні	Складові ІКПТ
Безпека туристів	Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України. Кількість внутрішніх туристів. Кількість екскурсантів	Безпека й захист. Здоров'я та гігієна. Екологічна стійкість
Нормативно-правова база	—	Пріоритет подорожей та туризму. Міжнародна відкритість
Розвиток туристичної інфраструктури	Кількість суб'єктів туристичної діяльності. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Кількість робочих місць у сфері туризму	Бізнес-середовище. Інфраструктура повітряного транспорту. Наземна й портова інфраструктура. Інфраструктура туристичного обслуговування. Природні ресурси. Культурні ресурси та ділові поїздки. Готовність до ІКТ
Розвиток людських ресурсів	—	Людські ресурси та ринок праці
Маркетингова політика розвитку туризму та курортів	—	Конкурентоспроможність цін

Джерело: складено автором.

Натомість складові Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму, за методикою ВЕФ, відповідають кожному з п'яти напрямів

Стратегії. При цьому найбільша їх кількість вимірює результати розвитку туристичної інфраструктури, а найменша – дієвість маркетингової політики розвитку туризму та курортів. Отже, для всебічного висвітлення результатів реалізації заходів щодо розвитку туристичної галузі України необхідно доповнити перелік контрольних показників, визначених у відповідній Стратегії.

«На офіційному сайті Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України розміщено такі статистичні дані: інформацію [щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон](#) (2015–2018 рр.), [інформацію щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів](#) (2016–2018 рр.), [довідку за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів](#) за 2018 р., [довідку щодо підготовки фахівців сфери туризму](#) за 2016 р., [інформацію щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 р.](#) [10]. Зазначену інформацію не можна вважати показниками моніторингу заходів з реалізації Стратегії з декількох причин. По-перше, наведені показники не відповідають переліку контрольних показників (див. табл. 2.8), зазначеному в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. По-друге, часові періоди за різними показниками не збігаються, що унеможливорює зіставлення темпів зростання/скорочення по відношенню до одного базового року. Також є невідповідність між показниками 2015 р. стосовно кількості суб'єктів туристичної діяльності та середньооблікової кількості штатних працівників, які зазначені в Стратегії [1] та наведені на сайті Державної служби статистики України» [9; 12; 13].

«Однак, з огляду на те, що першою контрольною точкою оцінювання результатів реалізації стратегічних завдань є 2019 р., можна сподіватися, що наступного року на сайті Мінекономрозвитку буде розміщено повноцінний моніторинг з урахуванням усіх контрольних показників. Попри це, з метою визначення проміжних результатів, використовуючи декілька джерел статистичної інформації» [7; 9; 10; 12; 13], нами визначено, що шість із семи

контрольних показників протягом 2015–2018 рр. мали тенденцію до зростання (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Динаміка контрольних показників розвитку сфери туризму та курортів
в Україні за період 2015–2018 рр.**

Показники	Роки				Зміни 2018 р. до 2015 р., %
	2015	2016	2017	2018	
Кількість іноземних громадян, що відвідали Україну, млн осіб	12,9	13,6	14,4	14,2	+10,1
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	3,2	3,5	3,5	4,3	+34,4
Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн грн	37,1	54,1	70,2	90,7	+144,5
Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд грн	1,7	2,5	3,5	4,2	+147,1
Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	11,5	10,4	10,3	11,9	+3,3
Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357,0	453,6	477,0	456,8	+28,0

Складено автором з використанням [7; 9; 10; 12; 13].

При цьому найближчими до зазначених у Стратегії темпів зростання контрольних показників є збільшення обсягів надходжень до зведеного та місцевих бюджетів (факт: 146–147% у 2018 р.; прогноз: 200% у 2019 р.). Найменша відповідність у темпах зростання спостерігається для показників кількості іноземних туристів, які в'їжджають до України (10% проти 150%), та чисельності штатних працівників (3% проти 150%). Також недостатніми є темпи зростання кількості суб'єктів туристичної діяльності та внутрішніх туристів.

Отже, для досягнення визначених цілей розвитку сфери туризму та курортів в Україні необхідно підвищити результативність стратегічних перетворень майже за всіма контрольними показниками.

На основі Звітів, опублікованих на офіційному сайті Міжнародного економічного форуму у 2017 та 2019 рр., можна узагальнити інформацію щодо розвитку сфери подорожей і туризму в Україні за період 2015–2018 рр.

(табл. 2.11). При максимальній оцінці в сім балів загальні бали розвитку вітчизняної туристичної галузі 3,5 та 3,7 можна вважати середнім результатом. Найвищі оцінки отримав субіндекс «Сприятливість середовища», при цьому протягом останніх двох років він підвищився на майже 9%. Найнижче було оцінено характеристики природних і культурних ресурсів, динаміка змін яких є негативною.

Таблиця 2.11

**Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму в Україні
за період 2015–2018 рр., за оцінками МЕФ (7 – найкращий результат)**

Субіндекси та їх складові	Роки		Зміни, %
	2015–2016	2017–2018	
1. Сприятливість середовища	4,6	5,0	+8,7
1.1. Бізнес-середовище	3,7	4,1	+10,8
1.2. Безпека і захист	3,5	4,8	+37,1
1.3. Здоров'я та гігієна	6,6	6,5	-1,5
1.4. Людські ресурси та ринок праці	4,9	4,8	-2,0
1.5. Готовність до ІКТ	4,2	4,5	+7,1
2. Політика та створення сприятливих умов	4,1	4,5	+9,9
2.1. Пріоритет подорожей та туризму	4,3	4,3	0,0
2.2. Міжнародна відкритість	2,9	3,7	+27,6
2.3. Конкурентоздатність цін	5,2	5,9	+13,5
2.4. Екологічна стійкість	3,9	3,9	+0,0
3. Інфраструктура	3,1	3,4	+9,7
3.1. Інфраструктура повітряного транспорту	2,4	2,7	+12,5
3.2. Наземна й портова інфраструктура	3,0	3,1	+3,3
3.3. Інфраструктура туристичного обслуговування	4,0	4,3	+7,5
4. Природні й культурні ресурси	2,2	2,1	-4,6
4.1. Природні ресурси	2,3	2,2	-4,4
4.2. Культурні ресурси та ділові поїздки	2,1	1,9	-9,5
Загальний бал	3,5	3,7	+5,7
Місце в загальному рейтингу/загальна кількість країн	88/136	78/140	-

Складено автором з використанням [16; 17].

Найбільше зростання протягом досліджуваного періоду спостерігалось для індексів «Безпека і захист» (37,1%) та «Міжнародна відкритість» (27,6%). Менш суттєвого підвищення зазнали індекси «Конкурентоспроможність цін», «Інфраструктура повітряного транспорту», «Бізнес-середовище».

Загалом позитивні зрушення відбувались за 8 із 14 індексів. Найбільшого скорочення зазнав індекс «Культурні ресурси та ділові поїздки».

Незважаючи на деяку торгіву напруженість у міжнародних відносинах, удосконалення інфраструктури повітряного транспорту, вищі показники готовності до впровадження ІКТ і зростання міжнародної відкритості сприяють розвитку туристичної галузі, яка заохочує й використовує в своїх інтересах прагнення сучасних громадян взаємодіяти та обмінюватися культурними, економічними й академічними знаннями.

Інфраструктура повітряного транспорту України посідає третє місце серед індексів, що зазнали найбільш відчутного зростання протягом 2016–2018 рр.

Авіаційні перельоти в цілому стали більш доступними завдяки більш низьким світовим цінам на паливо, зниженню податків на квитки та зборів аеропортів. У 2018 р. урядом було створено умови для чесної конкуренції на ринку авіапослуг України та введено прозорі європейські правила гри, у результаті чого на вітчизняний ринок зайшла найбільша «low cost» авіакомпанія Європи – «Ryanair», а компанія «Wizz Air» оголосила про створення дочірньої компанії в Україні, що дасть можливість виконувати внутрішні рейси. Також було створено українську «low cost» авіакомпанію «SkyUP». Все це привело до суттєвого зменшення цін на авіапослуги.

Незважаючи на певні поліпшення, для галузі туризму залишається актуальною низка проблем. По-перше, враховуючи прогнозоване зростання обсягів подорожей і туризму в найближчому десятиріччі, потрібні більші інвестиції в інфраструктуру, щоб створити можливості для прийому більшої кількості відвідувачів та адекватного задоволення їхніх потреб.

Збереження природних і культурних ресурсів є ще однією проблемою, яку галузь повинна подолати. Чисельність об'єктів культурної і природної спадщини ЮНЕСКО, а також списки нематеріальної культурної спадщини продовжують зростати, що потребуватиме приділенню більшої уваги збереженню визначних пам'яток, які спонукають людей відвідувати місця

призначення. Дуже важливо, щоб зацікавлені сторони усвідомили свою роль у захисті навколишнього середовища, інакше є ризик втратити в майбутньому природний туризм.

Отже, можна підсумувати, що, за оцінками ВЕФ, рівень конкурентоспроможності подорожей та туризму в Україні є середнім.

Протягом 2015–2018 рр. відбулося незначне підвищення індексу конкурентоспроможності за рахунок зростання показників сприятливості середовища, позитивного впливу політики уряду на створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі, а також підвищення якості інфраструктури повітряного транспорту та туристичного обслуговування.

Якщо підсумувати відносні значення змін компонентів конкурентоспроможності туристичної галузі України відповідно до напрямів Стратегії (див. табл. 2.9 і 2.11) з урахуванням їх спрямованості, то можна зробити висновок, що найліпші результати досягнуто за напрямками «Безпека туристів», «Нормативно-правова база» та «Розвиток туристичної інфраструктури» (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Результати реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. за період 2015–2018 рр, за оцінками ВЕФ

Основні напрями Стратегії	Компоненти ІКПТ	Динаміка показників	Загальні зміни компонентів за напрямом, %
1	2	3	4
Безпека туристів	Безпека й захист	Суттєве зростання	+35,6
	Здоров'я та гігієна	Незначне скорочення	
	Екологічна стійкість	Без змін	
Нормативно-правова база	Пріоритет подорожей та туризму	Без змін	+27,6
	Міжнародна відкритість	Суттєве зростання	

Продовження табл. 2.12

1	2	3	4
Розвиток туристичної інфраструктури	Бізнес-середовище	Зростання	+27,3
	Інфраструктура повітряного транспорту	Зростання	
	Наземна й портова інфраструктура	Незначне зростання	
	Інфраструктура туристичного обслуговування	Зростання	
	Природні ресурси	Скорочення	
	Культурні ресурси та ділові поїздки	Відчутне скорочення	
	Готовність до ІКТ	Зростання	
Розвиток людських ресурсів	Людські ресурси та ринок праці	Незначне скорочення	-2,0
Маркетингова політика розвитку туризму та курортів	Конкурентоспроможність цін	Зростання	+13,5

Складено автором.

При цьому додаткову увагу необхідно приділити створенню та розвитку культурних і спортивних об'єктів, організації міжнародних зустрічей, підвищенню якості природного середовища шляхом створення національних парків та заповідників, вдосконаленню сектору охорони здоров'я.

За оцінками ВЕФ, за досліджуваний період негативну динаміку мають результати заходів з розвитку людських ресурсів туристичної галузі України. За даними Державної служби статистики, середньооблікова чисельність штатних працівників туристичної галузі України зросла за останні чотири роки на майже 24%, при цьому питома вага працівників з вищою або середньою спеціальною освітою збільшилася лише на 4% (табл. 2.13).

Отже, за досліджуваний період маємо скорочення частки фахівців і професіоналів на 7,5 пункту.

«Питома вага працівників туристичної галузі України з вищою або середньою спеціальною освітою за період 2015–2018 рр.» [12; 13]

Показники	Роки				Зміни, %, в. п.
	2015	2016	2017	2018	
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	9 588	10 412	10 291	11 877	+23,9
Кількість працівників, що мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	4 429	4 486	4 202	4 598	+3,8
Частка працівників з вищою або середньою спеціальною освітою, %	46,2	43,1	40,8	38,7	-7,5

«При цьому підготовку фахівців за спеціальностями «Готельна і ресторанна справа», «Курортна справа» та «Туризмознавство (за видами)» здійснюють близько 80 закладів вищої освіти України, а щорічний випуск становить понад чотири тисячі осіб» [4]. «Однак не всі випускники вишів мають можливість працевлаштування за спеціальністю, теоретична підготовка здебільшого не відповідає практичним кваліфікаційним вимогам, а кадрова політика туристичних підприємств немає чіткого спрямування через недостатню кваліфікацію їх HR-менеджерів» [6].

На думку вітчизняних фахівців у галузі туризмознавства, негативний вплив на якість людських ресурсів туристичного сектору справляють: низька виконавча та трудова дисципліна працівників, незадовільний морально-психологічний клімат, низький рівень мотивації працівників, наслідком чого є недостатня ініціативність при виконанні виробничих завдань. Для усунення негативного впливу зазначених чинників необхідно: переглянути стандарти освітні програми підготовки професіоналів для туристичної галузі з метою формування актуальних компетенцій випускників з урахуванням накопиченого теоретичного й практичного вітчизняного й закордонного досвіду; сформувати мережу регіональних навчальних закладів та забезпечити певну якість освітніх послуг з підготовки кадрів для сфери туризму; створити умови для забезпечення ефективної адаптації майбутніх

фахівців до реальної практичної діяльності; здійснювати постійний моніторинг потреб підприємств сфери туризму у фахівців різного профілю.

Результати дослідження показали, що для оцінювання результатів реалізації стратегії розвитку туризму та курортів в Україні використовують контрольні показники, результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, дані центральних органів виконавчої влади та інформацію міжнародних організацій. Порівняльний аналіз основних напрямів реалізації Стратегії, зазначених у ній контрольних показників розвитку та складових Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму, за методикою ВЕФ, показав, що контрольні показники характеризують лише два напрями розвитку, а складові Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму, за методикою ВЕФ, відповідають кожному з п'яти напрямів.

На офіційному сайті Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, до обов'язків якого належить здійснення моніторингу реалізації Стратегії, розміщено статистичну інформацію, на основі якої неможливо визначити контрольні показники реалізації Стратегії. Тому, використовуючи декілька джерел статистичної інформації, нами визначено, що шість із семи контрольних показників протягом 2015–2018 рр. мали тенденцію до зростання. При цьому найближчими до визначених у Стратегії темпів зростання контрольних показників є збільшення обсягів надходжень до зведеного та місцевих бюджетів, а темпи зростання інших показників не відповідають встановленим цілям.

Аналіз показників звітів, опублікованих на офіційному сайті Міжнародного економічного форуму у 2017 та 2019 рр., показав, що рівень конкурентоспроможності подорожей та туризму в Україні є середнім і характеризується позитивною динамікою. Найліпші результати досягнуто за напрямками «Безпека туристів», «Нормативно-правова база» та «Розвиток туристичної інфраструктури». Заходи з розвитку людських ресурсів туристичної галузі України отримали негативну оцінку.

З метою усунення виявлених недоліків реалізації Стратегії необхідно: доповнити перелік контрольних показників для всебічного висвітлення результатів реалізації заходів з розвитку туристичної галузі України; підвищити результативність стратегічних перетворень майже за всіма чинними контрольними показниками; створювати та розвивати культурні та спортивні об'єкти; організовувати міжнародні зустрічі; підвищувати якість природного середовища шляхом створення національних парків і заповідників; удосконалювати сектор охорони здоров'я; забезпечувати певну якість освітніх послуг з підготовки кадрів для сфери туризму.

2.3. Закордонний досвід розвитку туристичних центрів країни

Одним з головних завдань туристичної політики держави є забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування та інші права під час подорожей. За результатами аналізу туризму України її галузь є невід'ємною складовою світового туристичного процесу. Попри всі політичні та соціально-економічні проблеми останніх років, туристична індустрія стала тією галуззю національної економіки України, яка щороку без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Туристична галузь в Україні може стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного й повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також джерелом просвітництва щодо історико-культурної спадщини та сьогодення для нашого народу й держави.

«Економічний, соціальний та інші види позитивних ефектів, що отримують країни-лідери від розвитку туризму, привертають усе більше

уваги науковців і практиків, які вивчають причини успіхів туристичних лідерів та можливості втілення їх досвіду в інших регіонах» [10, с. 259]. У сучасних умовах розвиток туризму відбувається шляхом створення туристичних центрів, у яких готелі, ресторани, туристичні агентства та інші об'єкти, що обслуговують туристів, охоплені єдиною територіальною політикою. Послуги, що надають в оздоровчих комплексах туристичних центрів, є результатом проведення відповідних територіальних заходів і синтезом таких показників, як якість використовуваних для виробництва послуг, засобів та інших матеріальних об'єктів, а також рівень пропонованого клієнту сервісу.

«Функціонування української економіки може забезпечити конкурентоспроможність туристичного центру тільки за наявності ефективної територіальної політики, пов'язаної із загальною стратегією території, а також з основними інструментами маркетингу. Відсутність єдиної стратегії призводить до невизначеності у відносинах із посередниками (агентами) і споживачами продукції туристичного центру» [1, с. 5].

«Туристичний центр тлумачать як туристичні фірми (туроператори включають це поняття в назву своєї фірми), засоби розміщення (наприклад, санаторій), організацію, яка сприяє просуванню регіонального туристичного продукту на зовнішній і внутрішній ринки. Зокрема, науковець О. Бейдик туристичний центр визначає як «місце відпочинку туриста, що має всі рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні» [2]. «Учений О. Зорін розкриває поняття туристичний центр як «місцевість, яка приваблює туристів наявністю специфічних рекреаційних ресурсів, зручностей транспортно-географічного положення та наявності про нього доступної для туриста інформації» [4].

«Узагальнюючи теоретико-практичні підходи до визначення змісту туристичного центру, Н. Онищук констатує такі особливості функціонування туристичних центрів у сфері туризму національної економіки України»:

- «категорію «туристичний центр» можна й доцільно застосовувати до будь-яких туристичних об'єктів: міст, сіл, а також курортних місцевостей, районів та зон, які спроможні запропонувати туристичний продукт відповідного рівня якості»;

- «головними критеріями для визначення відповідності рівня якості туристичного продукту (а отже, і можливості та доцільності зарахування туристичного об'єкта до туристичного центру) мають бути такі характеристики, як спектр запропонованих послуг, особливості спеціалізації, рівень сезонності та розмір населеного пункту» [8], за винятком атрибута «розмір населеного пункту», який характеризує скоріше розмір туристичного центру, а не ознаку належності чи неналежності до категорії «туристичний центр»;

- «для сільської місцевості вживання терміна «туристичний центр» може бути обґрунтованим щодо певного регіону, сукупність населених пунктів якого разом спроможна забезпечити відповідність заявленим критеріям»;

- «для детальнішого опису визначеного так туристичного центру конкретного типу та виду з метою визначення доцільної спеціалізації туристичних організацій на продажу місцевих турпродуктів слід використовувати відповідні критерії, серед яких найважливіші такі: елементний склад, ресурси та ступінь їх освоєння, які разом визначатимуть ступінь привабливості туристичних центрів» [10].

Дослідники відповідно до змісту категорії туристичного центру, їхньої еволюції й розвитку видів туризму пропонують різні класифікації, типології та систематизації туристичних центрів. Нами наведено узагальнену класифікацію туристичних центрів у країнах світу за основними типами та їх різновидами (рис. 2.4).

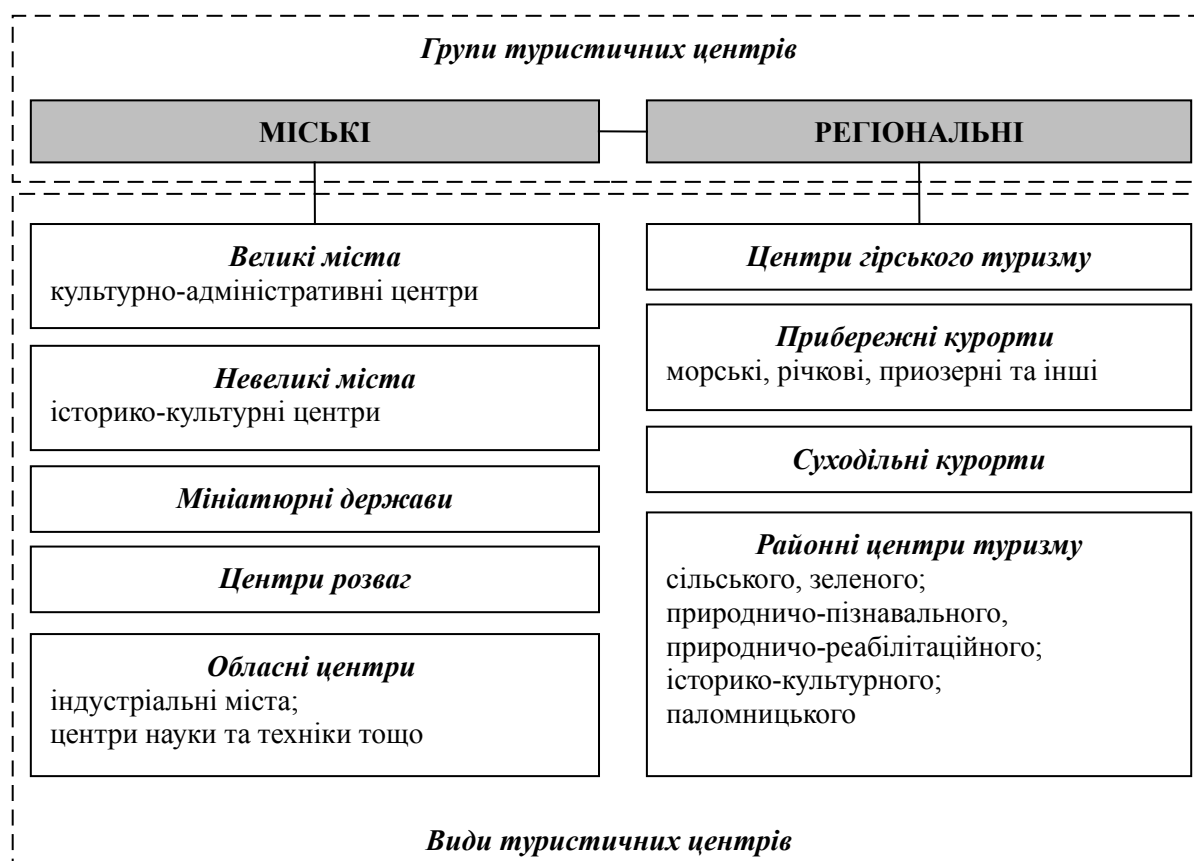


Рис. 2.4. Класифікація за групами та різновидами туристичних центрів країни

Джерело: побудовано автором на основі [9; 14; 15].

Українська економіка та сфера туризму мають свою соціально-економічну, природно-географічну та історико-культурну спадщину для формування власних туристичних центрів. Проте, варто дослідити закордонний досвід провідних туристичних країн, де функціонування туристичних центрів, їхні різновиди вже достатньо розвинені, прибуткові та є детермінантами конкурентоспроможності туристичної галузі у країнах.

«Широкий розвиток туристичної діяльності в світі дає можливість використовувати накопичений досвід і адаптувати його в економіку України. Особливо корисний досвід сусідніх держав, що мають схожі клімат, рекреаційні ресурси, соціально-економічні фактори розвитку тощо» [16]. Зокрема, доцільно звернути увагу на досвід таких країн, як Болгарія, Хорватія, Чорногорія, Туреччини та Ізраїль. Результати аналізу туристичної

діяльності в цих країнах, а надто підходи до регулювання та підтримки функціонування туристичних центрів з боку державної туристичної політики узагальнено й наведено в табл. 2.14.

«Загалом досвід різних країн з питання державної підтримки розвитку туристичної сфери свідчить, що успіх розвитку туризму залежить від того, яку увагу приділяє цьому питанню держава, як на державному рівні оцінюють значущість розвитку цієї галузі як невід'ємної частини всього механізму економіки країни, наскільки підтримується її розвиток державою» [5, с. 67]. Закордонний досвід щодо ролі державної в організації та розвитку туристичної діяльності свідчить про функціонування моделей державного регулювання туристичної сфери національної економіки (табл. 2.14).

«Так, специфіку соціально-економічних та політичних умов розвитку країн світу пояснюють різноманітні підходи до державного регулювання розвитку туристичної діяльності, зокрема: політична та економічна стабільність країн, роль туризму у формуванні державного бюджету країни, рівень туристичної привабливості для туристів (наявність та стан історико-культурних пам'яток, унікальних природних ресурсів тощо). Так, нині дослідники виділяють чотири моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності» [6].

1. Перша модель – державна (централізована) – передбачає наявність міністерства як сильного та авторитетного центрального органу, який здійснює контроль над усіма туристичними підприємствами країни. Інструментарієм державного управління розвитку туризму є фінансові вкладення з бюджету, рекламна та маркетингова діяльність, залучення інвестицій в туристичну індустрію, оскільки така моделі застосовують у слаборозвинених країнах. Країни, як правило, мають багатий історичний та природний потенціал, що підтримується на державному рівні (Єгипет, Туреччина, Китай).

Таблиця 2.14

Напрями політики стимулювання туристичних центрів у країнах світу

Країна 1	Головні центри (об'єкти) 2	Основні типи 3	Державна політика стимулювання 4
Болгарія	Туристично-рекреаційні міста Софія, Пловдив, Варна, Бургас, Шумен, Копрівштица, Шипка, Габрово, Горна-Оряховица тощо; міста-музеї Арбанаси, Банско, села – пам'ятки архітектури та етнографічні музеї і заповідники Боженди, Етира, Жеравна	Історико-культурні, гірські, курортно-рекреаційні, водні, спортивні, релігійно-духовні, лікувально-оздоровчі, етнічні	Центральними інститутом з регулювання розвитку туристичних центрів є Міністерство туризму Болгарії, стратегічними завданнями є диференціація національного туристичного продукту, широка інформаційна політика щодо спадщини країни, маркетингова політика з просування і позиціонування болгарського туристичного іміджу і бренду
Ізраїль	Міста Єрусалим, Хайфа, Ейлат, Тель-Авів-Яфо, міста Назарет, Вифлеєм, Стіна плачу, Храм Гробу Господнього, золотий Купол Скелі, Мертве море, сільські територіально відокремлені спільноти «циммери», Кейсарія й Гааш, Хермон, Яд Еліяг, Рамата-Шарон	Релігійно-духовні, лікувально-оздоровчі, агроцентри, приморські, спортивні	Центральним інститутом з регулювання розвитку туристичних центрів є Міністерство туризму Ізраїлю, головними напрямками діяльності якого є стимулювання внутрішнього туризму, стимулювання корпоративного інвестування, зміцнення іміджу країни, диверсифікація туристичних послуг, оперативна маркетингова політика на основі інноваційних технологій, координація сфери туризму, фахова підготовка персоналу туристичної галузі, жорсткий аудит якості та легальності надання туристичних послуг
Туреччина	Міста Стамбул, Гьореме, Дальян, Манавгат, Угрюп, Мармарис, Олюденіз, Анталія, Кемер, Кушадаси	Історико-культурні, гірські, курортно-рекреаційні, водні, релігійно-духовні, лікувально-оздоровчі, етнічні, спортивні, сільські	Центральними виконавчим органом з регулювання розвитку туристичних центрів є Міністерство культури та туризму Туреччини, стратегічними напрямками якого визначено диверсифікація туристичного потенціалу та конкурентних туристичних продуктів на світовому ринку, залучення в країну прямих іноземних інвесторів у готельний сектор та окремі туристичні компанії на пільгових умовах, розвиток державно-приватного

Продовження табл. 2.14

1	2	3	4
			партнерства на основі співпраці з професійними структурами і громадськими організаціями на національному, регіональному та місцевому рівнях, стимулювання надання соціального туристичного продукту для задоволення туристичних потреб соціальних груп і молоді за рахунок надання туристичним компаніям квот за нижчими цінами, розвиток транспортної інфраструктури, створення окремих брендів для туристичних центрів, впровадження системи менеджменту якості на кожному підприємстві туристичної сфери тощо
Хорватія	Туристичні регіони: Істрія, Кварнер і високогір'я, Далмація, Шибеник, Спліт, Дубровник	Історико-культурні, гірські, курортно-рекреаційні, водні, спортивні, релігійно-духовні	Центральними органами з регулювання розвитку туристичних центрів є Міністерство туризму Хорватії і Хорватська національна рада з туризму, стратегічними напрямками яких вирішено підвищити міжнародну конкурентоспроможність галузі, зростання зайнятості у сфері туризму (22 тис. нових робочих місць) та її інфраструктурі (10 тис. робочих місць) із залученням для цього інвестицій до 7 млрд євро, жорсткий контроль діяльності туристичних підприємств і підприємств харчування, стимулювання підприємництва в сфері туризму, забезпечення сталого розвитку та спеціальних форм туризму
Чорногорія	Міста Будва, Скадарське озеро, Херцег-Нови, Бар, Улцинь, Котор, Подгориця, Которська затока, Біоградська Гора, Беласица, Національний парк Дурмітор, Ловчен, Ігало (Чорногірський центр здоров'я)	Історико-культурні, гірські, курортно-рекреаційні, водні	Центральним органом з регулювання розвитку туристичних центрів є Міністерство сталого розвитку та туризму Чорногорії, стратегічною метою якого є реалізація програм сфери туризму у напрямку інтеграції з ЄС. Національними напрямками є: підвищення стандартів якості, заохочення участі бізнесу в інвестиційну діяльність у сфері туризму, створення єдиної розгалуженої державної інформаційної та аналітичної платформи туризму

Таблиця 2.15

Типологія моделей державного регулювання туристичної галузі як складової національної економіки

Риси моделі	Типи моделей		
	Державна (централізована)	Партнерська (європейська)	Автономна (ринкова)
1	2	3	4
Значення туризму для економіки країни	Пріоритетна галузь національної економіки	Одна із важливих галузей національної економіки	Вторинна галузь національної економіки
Види туризму	Активний в'їзний (іноземний) туризм	Всі види туризму	Активний виїзний (закордонний) та внутрішній туризм
Роль держави	Жорсткий державний контроль і аудит	Співпраця державного та приватного секторів у сфері туризму	Пасивна державна політика. Наявність потужних туристичних організацій, які презентують державу. Туристичний бізнес формує туристичний імідж країни
Державна стратегія розвитку галузі	Чітка стратегія економічного розвитку галузі, що поєднує з іншими галузями	Національні стратегії розвитку галузі	Відсутність державної концепції розвитку галузі

Продовження табл. 2.15

1	2	3	4
Форма побудови організаційної взаємодії	Вертикальні, чітко регламентовані зв'язки	Горизонтальні та вертикальні зв'язки	Горизонтальні зв'язки на договірній основі
Основні методи державного регулювання	Адміністративні методи (правила, норми, закони)	Паритетне співвідношення економічних та адміністративних методів	Кон'юнктура ринку
Фінансування туристичної галузі	Переважають державні інвестиції	Державне фінансування разом із самофінансуванням	Самофінансування
Наявність державних структур	Міністерство туризму	Міжгалузеві міністерства	Відсутність органів державної влади з регулювання туристичної діяльності
Функції державних структур	Фінансування та інвестування, розробка програм розвитку галузі, презентація держави на міжнародній арені	Державне регулювання, маркетингова діяльність	
Країни, де функціонує	Єгипет, Туреччина, Китай	Швейцарія, Німеччина, Великобританія, Італія, Іспанія	США

Джерело: доповнено автором на основі [3; 6].

2. Друга модель – партнерська (європейська) – характерна для розвинених європейські держави: Швейцарії, Німеччини, Франції, Іспанії, Великої Британії, Італії, Фінляндії.

Питання розвитку туризму вирішують у галузевих міністерствах і відомствах, напрямами діяльності яких є:

- «вирішення загальних питань державного регулювання: розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації»;

- «координація маркетингової діяльності: участь у виставках і міжнародних об'єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо» [11, с. 88].

«Для країн, які обрали цю модель, характерна форма взаємодії центральних органів влади з регулювання питань туристичної діяльності та приватного сектору – державно-приватного партнерства» [7, с. 134–141; 12, с. 117–118].

3. Третя модель – автономна (ринкова) – передбачає здійснення туристичної діяльності в країні на ринкових умовах за принципом самоорганізації, характеризується відсутністю центральної органу державної влади з регулювання туризму як галузі економіки. Таку модель застосовують у розвинених країнах з високим рівнем економічної свободи ведення бізнесу. Представником цієї моделі є США.

«Світова практика виокремлює ще четверту модель державного регулювання розвитку туристичної діяльності (змішану), що передбачає створення комбінованого міністерства, яке охоплює разом із туристичною діяльністю ще й інші суміжні галузі. Характерними рисами змішаної моделі державного регулювання є визначення туристичної галузі пріоритетною для країни, чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональною туристичними адміністраціями. Представником такої моделі може бути організація туристичної діяльності в Індії та Малайзії» [6].

Щодо застосування одного з типів сучасних моделей державного регулювання туристичної діяльності, то, відповідно до стану туристичної галузі, умов економічної свободи для приватного сектору галузі та стратегічного бачення розвитку національної економіки у цілому в Україні доцільно використовувати партнерську модель розвитку туризму. У цьому напрямі держава має сфокусувати завдання туристичної політики щодо забезпечення здорових ринкових умов для туристичного бізнесу, створення інфраструктури та стандартів якості надання туристичних послуг.

Ще одним з напрямів державної туристичної політики підтримки туристичної сфери є стратегічне планування туристичних центрів, яке є ефективним інструментом їхнього розвитку.

«Процеси децентралізації в економіці й управлінні України зумовили зміни умов функціонування адміністративно-територіальних одиниць, розширення їх самостійності, повну відповідальність за результати діяльності. Водночас збереглися умови підвищеної складності управління, факторами яких залишається високий ступінь нестабільності і невизначеності зовнішнього середовища, зростання конкуренції, нестача фінансових ресурсів тощо. У таких умовах концентрування зусиль місцевої влади на формуванні програм розвитку туризму за допомогою прийомів і методів оперативного управління, і відповідно, короткострокового планування є недостатньою» [13, с. 205]. Світовий досвід свідчить, що в умовах постійних змін для забезпечення виживання туристичної території, а також посилення її конкурентних позицій на ринку туристичних послуг необхідно, щоб влада всіх рівнів розробляла стратегічні плани економічного розвитку. Саме стратегічне планування:

- 1) дає можливість створити умови для перспективного розвитку туристичних центрів (територій);
- 2) формує систему поточних рішень з орієнтацією на довгострокові цілі в управлінні туристичним центром;

3) виступає найбільш адекватним інструментом, який здатний консолідувати зусилля місцевої влади і суспільства для вирішення існуючих проблем;

4) створює єдиний вектор зусиль усіх активних сил територіального утворення тощо.

Отже, на основі українського й зарубіжного досвіду стратегічного планування розвитку туристичних центрів можна виділити основні підходи до розроблення стратегічних планів розвитку туристичних центрів місцевою / регіональною владою (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Підходи до розроблення стратегічних планів розвитку туристичних центрів у системі державного/регіонального управління

Зміст	Доцільність застосування
1	2
<i>Інтегрований підхід</i>	
«Державна політика, зокрема й міська, у сфері туризму економіки країни» «часто не виробляється індивідуально, а інтегрується в політику інших секторів економіки.» «Міста як туристичні центри включають в свої економічні стратегії плани розвитку туризму (наприклад, Антверпен,» Санкт-Петербург, Псков)	«Необхідність вирішення проблем туризму в загальному соціально-економічному розвитку міста зумовлюється причинами: туристичні підприємства є невід'ємною частиною господарської і соціальної системи територіального утворення; розвиток туристичної сфери вимагає концентрації значних фінансових засобів і здебільшого передбачає наявність великої кількості учасників на стадії формування інвестиційного портфелю, будівництва, реконструкції і на стадії функціонування підприємства; найбільш високі результати щодо окупності інвестицій у туристичний центр досягаються за умов формування конкурентоспроможного комплексного туристичного продукту, що передбачає наявність розвинутої інфраструктури і спеціалізацію на усіх стадіях виробництва і реалізації туристичних послуг»
<i>Самостійний підхід</i>	
«Туристичні центри (території) з високою туристичною привабливістю та розвинутим туристичним сектором розробляють самостійні стратегії розвитку» Туризму	«Доцільний за умови обґрунтованого розвитку туризму, який сприятиме динамічному і збалансованому розвитку адміністративно-територіальних одиниць, оскільки стратегічний план – це документ, скерований на розвиток туристичної галузі для підвищення конкурентоспроможності території»

1	2
<i>Партнерський підхід</i>	
«Співпраця між туристичними територіями на рівні спільної технічної інфраструктури (водопостачання та) «відведення стічних вод, дороги, телекомунікації тощо)»	«Розміщення туристичних центрів (територій), привабливих для» «туристів, у межах більш як однієї адміністративної одиниці країни. Розвиток туризму також передбачає координацію дій місцевої влади з державною на рівні району і вище, що суттєво збільшує можливості для розвитку туризму»

Джерело: сформовано та доповнено автором за матеріалами [13].

«Цей підхід забезпечує участь у плануванні та погодження інтересів влади, представників туристичного бізнесу, громадських організацій, а формулювання основних напрямів, введення до плану конкретних заходів повинно здійснюватися на основі повного консенсусу зацікавлених сторін. Проте, оскільки наші спеціалісти часто не володіють методиками розроблення та реалізації стратегічних планів, доцільно скористатися послугами зовнішніх експертів» [13, с. 210].

Для української туристичної галузі, вважаємо, прийнятним партнерський підхід до організації процесу стратегічного планування розвитку туристичного центру в умовах децентралізації, що може передбачати створення інституційної системи підтримки розвитку туризму, зокрема самостійних агенцій з економічного розвитку туризму і курортів як самостійної, незалежної від адміністрації і приватного бізнесу організації.

Відповідно до аналізу закордонного досвіду напрямів державної політики стимулювання туристичних центрів у країнах світу доцільно впроваджувати такі заходи щодо стимулювання розвитку туристичних центрів в Україні:

- 1) створення та функціонування самостійного Міністерства туризму і курортів;
- 2) залучення місцевого самоврядування до здійснення національної маркетингової й інформаційної політики щодо культурної, етнічної, релігійної та історичної спадщини країни;

3) розвиток системи маркетингової комунікації з просування та позиціонування українського туристичного іміджу й бренду закордоном і всередині країни;

4) жорсткий аудит якості та легальності надання туристичних послуг та діяльності туристичних організацій;

5) реалізація національної програми з поширення агротуризму, сільського туризму;

6) залучення іноземних інвесторів у готельно-ресторанний сектор;

7) квотування туристичних послуг для соціальних груп і молоді на пільгових умовах;

8) створення єдиної розгалуженої державної інформаційної та аналітичної платформи туризму;

9) запровадження національної системи якості менеджменту туризму щодо якості надання туристичних послуг і фахової підготовки персоналу.

Для успішного упровадження цих заходів у сфері туризму варто вирішити такі проблеми, а саме:

1. Несформованість інституціональної підтримки управління туризмом на рівні національної економіки України.

2. Нехтування проблемами та необхідністю функціонування туристичних центрів і національного туристичного бренду з боку влади.

3. Відсутність широкої галузевої й міжгалузевої нормативно-правової бази розвитку туризму відповідно до сучасного стану та потреб ринку туристичних послуг, особливо на світових ринках.

4. Наявний дисбаланс між унікальними курортно-рекреаційними та культурно-історичними ресурсами й ступенем їх освоєння.

5. Втрачені можливості від занепаду туризму, а саме бюджетні доходи, інвестиції та імідж країни.

6. Стандартизація та сертифікація туристичних послуг (продукту) за міжнародними стандартами якості.

7. Слабка організаційна та фінансова підтримка туризму як пріоритетної та прибуткової сфери економічної діяльності держави.

8. Розвиток ліберальної державної туристичної політики та регіональної туристичної політики.

9. Наявність кваліфікованого наукового супроводження для розвитку туризму.

Узагальнюючи, підкреслимо, що туристичним центром варто вважати привабливий специфічними туристичними ресурсами, сконцентрований на місцевості туристичний об'єкт (зона), у межах якого реалізують єдину концепцію суб'єкти туристичної діяльності з надання, диференціації та просування якісного туристичного продукту й збереження і розвитку наявних і потенційних переваг туристичного регіону. Аналіз закордонного досвіду з успішного функціонування туристичних центрів дає можливість систематизувати їх на історико-культурні, релігійно-духовні, етнічні, водні, гірські, курортно-рекреаційні, сільські, урбаністичні, спортивні, лікувально-оздоровчі центри. Типологія туристичних центрів ґрунтується на принципі, згідно з яким туристична діяльність дає можливість надати весь комплекс послуг даного центру на основі можливостей реалізації конкретних туристичних цілей (культурно-пізнавальної, культурно-релігійної, рекреаційної, спортивної, лікувальної, оздоровчої, гастрономічної тощо), мотивації і вимог туристів за допомогою поєднань їх запитів.

Висновки до розділу 2

1. Рушійними силами розвитку туристичної галузі України є зміни у витратах і прибутку туристичних підприємств; зміна довгострокових темпів зростання галузі; вплив адміністративних органів і зміна політики уряду; соціальна значущість галузі; глобалізація галузі; стійкість галузі до

економічного спаду виробництва в країні. За допомогою методу аналізу чутливості математично обґрунтовано роль кожного чинника в межах системи «Розвиток туристичної галузі України», а саме: чинниками-індикаторами, які віддзеркалюють і пояснюють розвиток процесів, що відбуваються в системі, є стійкість галузі до економічного спаду виробництва та вплив адміністративних органів, зміна політики уряду; цільовими чинниками, зміна або стабілізація яких є метою управління, виступають глобалізація галузі та її соціальна значущість; чинниками управління є зміни у витратах і прибутку туристичних підприємств та зміна довгострокових темпів зростання галузі.

Аналіз динаміки показників, які вимірюють вплив чинників на розвиток туристичної галузі України за період 2014–2018 рр., показав, що вплив ключових чинників на розвиток галузі є різноспрямованим. При цьому виключно гальмівний вплив має лише чинник «вплив адміністративних органів і зміна політики уряду», а виключно стимулюючий – чинник «глобалізація галузі».

2. Удосконалено підхід до оцінювання реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який передбачає доповнення контрольних показників за напрямками стратегії: нормативно-правова база (пріоритет подорожей та туризму, міжнародна відкритість, легкість ведення туристичного бізнесу); розвиток людських ресурсів (людські ресурси й ринок праці); маркетингова політика розвитку туризму та курортів (конкурентоспроможність цін, якість послуг, туристичний імідж, бренд) для всебічного висвітлення результатів практичної реалізації заходів політики підтримки туристичної галузі.

З метою усунення виявлених недоліків реалізації Стратегії необхідно: доповнити перелік контрольних показників для всебічного висвітлення результатів реалізації заходів з розвитку туристичної галузі України; підвищити результативність стратегічних перетворень майже за всіма чинними контрольними показниками; створювати та розвивати культурні й спортивні об'єкти, організовувати міжнародні зустрічі, підвищувати якість природного

середовища шляхом створення національних парків і заповідників; вдосконалювати сектор охорони здоров'я; забезпечувати певну якість освітніх послуг з підготовки кадрів для сфери туризму.

3. Розвинуто систему заходів щодо вдосконалення державної політики підтримки туристичної галузі на основі закордонного досвіду, яка включає заходи щодо стимулювання розвитку туристичних центрів, а саме: створення та функціонування єдиної розгалуженої державної інформаційної й аналітичної платформи туризму; розвиток інформаційної політики та системи маркетингової комунікації з просування й позиціювання українського туристичного іміджу та бренду, аудит якості й легальності надання туристичних послуг і діяльності туристичних організацій; реалізація національної програми з поширення екотуризму, «зеленого» туризму тощо, які спрямовані на підвищення результативності стратегії розвитку туристичної галузі.

Список використаних джерел до розділу 2

1. Балашова Р. Теоретико-методичні підходи до діяльності територіальних туристичних центрів. *Менеджер*. 2014. № 2. С. 5–10.
2. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. Київ: Палітра, 1998. 130 с.
3. Безпала О. А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *ЕКОНОМІКА: реалії часу*. 2017. № 6 (34). С. 9–17.
4. Валовий внутрішній продукт у фактичних цінах. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2003/vvp/vvp_kv/vvp_kv_u/arh_vvp_kv.html (дата звернення: 12.01.2019).
5. Вища освіта в Україні у 2018 році. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.01.2019).

6. Гугул О. Я., Оливко О. А. Роль в'їзного туризму в Україні та методи його стимулювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 22. Ч. 1. С. 73–78.
7. Давидова О. Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. *Ефективна економіка*. 2012. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1480> (дата звернення: 12.01.2019).
8. Дробиш Л. В., Карпенко Ю. В. Кадрове забезпечення підприємств сфери туризму: реалії і перспективи. Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика: матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 31 жовтня – 1 листопада 2018 р.). Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 198–201.
9. Зорин И. В., Квартальнов А. В. Энциклопедия туризма: справочник. Москва: Финансы и статистика, 2000. 356 с.
10. Індекс інфляції (індекс споживчих цін) в Україні. URL: <https://services.dtkr.ua/catalogues/indexes/3> (дата звернення: 12.01.2019).
11. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ibd/ibd_rik/ibd_u/ki_rik_u_e_bez.htm (дата звернення: 12.01.2019).
12. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Зелена Буковина, 2003. 324 с.
13. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (дата звернення: 12.01.2019).
14. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
15. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження. *Вісник Львівського національного університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2008. Вип. 24. С. 134–141.
16. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-тє вид., перероб. та доп. Київ: Альтерпрес, 2005. 436 с.

17. Методи дослідження економічних процесів: монографія / під ред. д.е.н., професора Ф. В. Зінов'єва. Сімферополь: ПП «Підприємство Фенікс», 2009. 244 с.
18. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
19. Николаенко Д. В. Рекреационная география: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. Москва: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. 288 с.
20. Онищук Н. В. Формування туристичних центрів у контексті просування внутрішнього турпродукту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2014. № 811. С. 259–265.
21. Основні показники ринку праці (річні дані). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/rp/ean/ean_u/arh_osp_rik_u.htm (дата звернення: 12.01.2019).
22. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 12.01.2019).
23. Папирян Г. А. Экономика туризма. Москва: Финансы и статистика, 2000. 208 с.
24. Полынская Г. А. Информационные системы маркетинга: учеб. и практикум для академического бакалавриата. Москва: Юрайт, 2014. 372 с.
25. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2018 році: наказ Мінекономрозвитку від 28.12.2017 № 1902. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1902731-17> (дата звернення: 12.01.2019).
26. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 12.01.2019).
27. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 12.01.2019).

28. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf (дата звернення: 12.01.2019).

29. Соловійова О. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (Європейський досвід). URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2010_1/10sovrpp.pdf (дата звернення: 12.01.2019).

30. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні». URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm (дата звернення: 12.01.2019).

31. Теребух А. А., Костючко В. М. Досвід стратегічного планування розвитку туристичних центрів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2005. № 533: Проблеми економіки та управління. С. 205–211.

32. Туризм. Аналітика та статистика. URL: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=Analitika&pageNumber=1> (дата звернення: 12.01.2019).

33. Туристический бизнес в Украине: трудности и перспективы. Информационный портал о финансах и кредитовании. URL: <http://www.dpa.cv.ua/ekonomika/turisticheskiy-biznes-v-ukraine-trudnosti-i-perspektivyi.html> (дата звернення: 12.01.2019).

34. Туристична діяльність в Україні у 2014–2018 роках. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.01.2019).

35. Туристична діяльність в Україні у 2017 році: статистичний збірник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf (дата звернення: 12.01.2019).

36. Туристична діяльність в Україні у 2018 році. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (дата звернення: 12.01.2019).

37. Хинтереггер К. Развитие туризма – необходимые шаги для успеха. *Роль туризма в модернизации экономики российских регионов* / сб. науч. статей по материалам междунар. науч.-практ. конф. (8–10 июня 2010 г.). Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. С. 27–32.

38. Швец И. Ю. Пространственно-региональная кластеризация туристического комплекса. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 65–73.

39. Юрченко Ю. Ю. Механізм адаптації закордонного досвіду туристичної діяльності в економіку України. *Економіка та держава*. 2016. № 12. С. 13–18.

40. About the Travel and Tourism Competitiveness Report. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/about-the-ttcr/> (дата звернення: 12.01.2019).

41. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. Overall Results. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/overall-results/> (дата звернення: 12.01.2019).

42. Ukraine. Travel & Tourism Competitiveness Index2017 edition. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/#economy=UKR> (дата звернення: 12.01.2019).

43. Ukraine. Travel & Tourism Competitiveness Index2019 edition. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=UKR> (дата звернення: 12.01.2019).

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

3.1. Формування концепції управління розвитком туристичної галузі України

Для туризму як багатогалузевого й багатофункціонального феномену характерний найвищий ступінь еластичності від природних (екологічних), загальноекономічних, соціальних і політичних змін у будь-якій країні – потенційній локації. Водночас з початку ХХІ ст. і до сьогодні прогнозування розвитку туризму ускладнено через невизначеність зовнішнього середовища. Така ситуація в туристичному секторі національної економіки України зумовлена тим, що підприємства зазнають негативного впливу комплексу непередбачуваних чинників мега-, макро- та мезосередовища.

«Це потребує постійного моніторингу ситуації, вивчення методологічних основ і запровадження заходів з формування передумов для зменшення сили впливу негативних чинників, ринкових досліджень змін геопросторових векторів туристських потоків з метою швидкого реагування й задоволення відкладеного платоспроможного попиту споживачів, розроблення стратегічних заходів відновлення та розвитку туристичної діяльності підприємств на нових концептуальних засадах розвитку туристичної галузі й туристичної діяльності» [13, с. 41].

За результатами аналізу туристична галузь України, ураховуючи її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує регулювання та підтримки з боку держави. Перехід до ринкових відносин, жорстка конкуренція в туристичній галузі вимагають вирішення нових завдань, пов'язаних з потребою в адекватному

реагуванні держави на значні зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування суб'єктів індустрії туризму [4]. Необхідність вирішення цих завдань також зумовлена відсутністю комплексного науково-практичного обґрунтування та організаційно-методичного забезпечення, що формулюється національною концепцією управління розвитком туристичної галузі України.

«Сучасне управління розвитком туристичної галузі України здійснюється на підставі розробленої урядом Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.» [11]. Чинна Стратегія націлена на розвиток сфери туризму та курортів України на рівні однієї з основних галузей національної економіки.

Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму й курортів, перетворення її на високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Реалізація акту передбачена за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел, не заборонених законодавством, а обсяг фінансування визначатиметься щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких:

- «забезпечення безпеки туристів і захист їх законних прав та інтересів»;
- «імплементация законодавства ЄС у сфері туризму»;
- «забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури»;
- «удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму»;
- «формування та просування позитивного іміджу України як країни, привабливої для туризму» [15].

Оцінювання чинної Стратегії управління розвитком туристичної галузі України показало, що її положення не охоплюють усіх напрямів розвитку туристичної галузі України, яка може мати вплив на загальний стан і тенденції

європейської, а також міжнародної економіки. Виявлено недоліки реалізації Стратегії, усунути які можна шляхом:

- 1) встановлення системи контрольних показників оцінювання результатів реалізації заходів з розвитку туристичної галузі України за всіма пріоритетними напрямками;
- 2) підвищення результативності стратегічних перетворень за всіма встановленими контрольними показниками;
- 3) розширення системи пріоритетних для розвитку туристичних об'єктів за видами туризму відповідно до визначеного туристичного потенціалу країни;
- 4) удосконалення сектору охорони здоров'я; забезпечення якості освітніх послуг з підготовки кадрів для сфери туризму.

«Проте, головним напрямом удосконалення стратегії розвитку туристичної галузі в Україні має стати формулювання чіткої концепції стратегічного управління розвитком галузі. Узагалі концепцію (лат. *conceptio* – розуміння) тлумачать як «систему доказів певного положення, систему поглядів на те чи інше явище» [1, с. 275], а також як «систему поглядів, те або інше розуміння явищ і процесів; єдиний, визначальний задум» [7].

«Концепція відображає «управлінську конструкцію, що містить загальне системне уявлення про шляхи переходу від поточного положення об'єкта управління до бажаного. Концепцію розвитку об'єкта управління можна вважати прологом до розробки стратегії його розвитку» [8]. «Розроблена концепція повинна містити вимоги загального характеру до технологій і необхідних ресурсів, ключові фактори (фактори успіху), які мають забезпечити досягнення поставлених стратегічних цілей. Оскільки отримання очікуваних результатів неможливо без ефективного управління, то концепція має містити організаційно-економічний механізм для вирішення поставлених стратегічних і оперативних завдань, що виникають у процесі реалізації стратегії й виконання стратегічних планів, які будуть розроблені на її основі» [8].

Запропонована нами Концепція управління розвитком туристичної галузі України (далі – Концепція) (рис. 3.1) ґрунтується на формулюванні основних

напрямів державної політики підтримки сфери туризму та курортних центрів України.

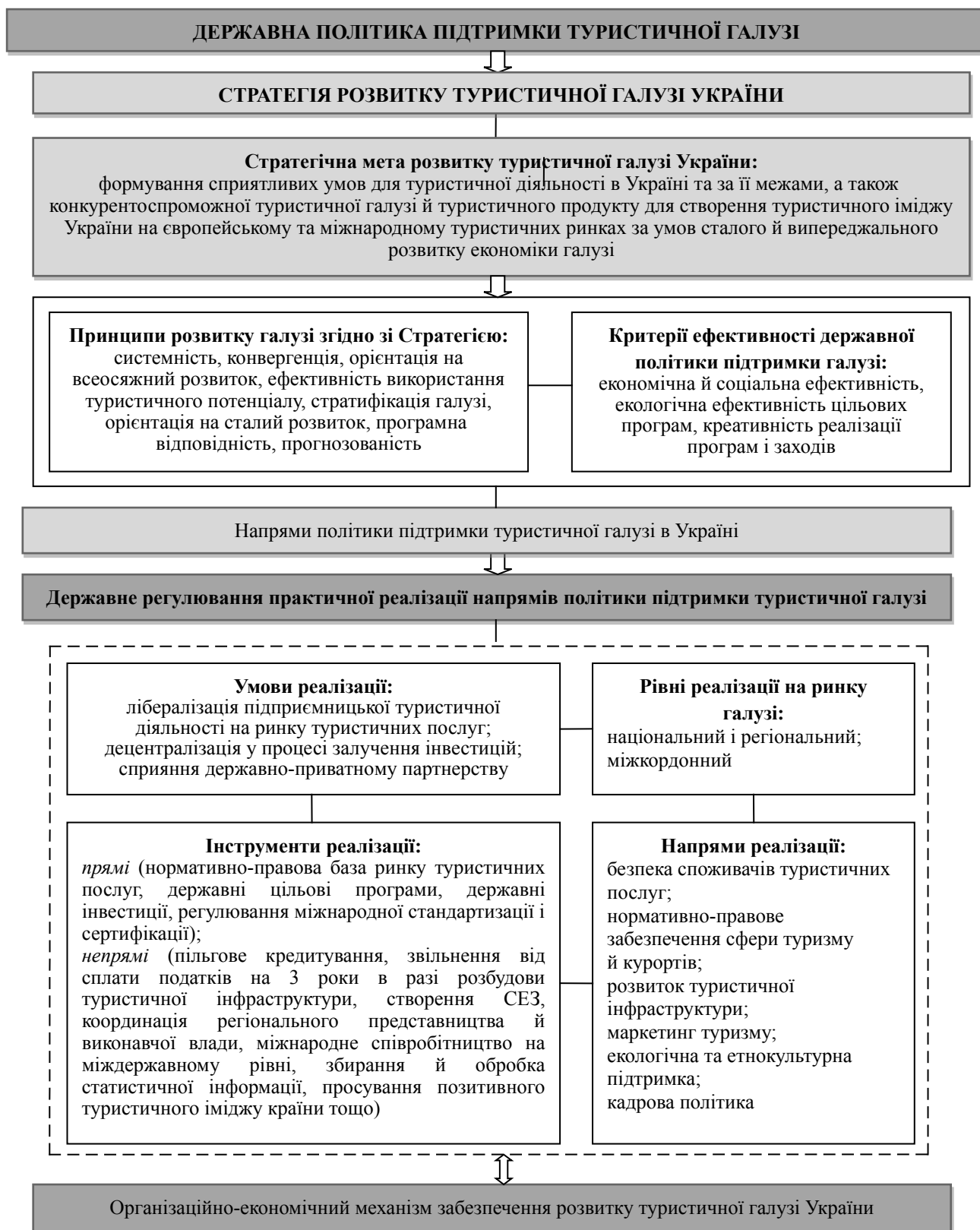


Рис. 3.1. Концепція управління розвитком туристичної галузі України

Джерело: розроблено автором.

В основу Концепції покладено системну ліберальну державну туристичну політику й державне регулювання розвитку туристичної галузі, що дасть можливість сформувати привабливий і безпечний туристичний ринок в Україні.

Основу ліберальної державної туристичної політики й державного регулювання становить саме напрям підтримки та інвестування туристичної галузі й туристичної діяльності, зокрема в приватному секторі. Цей напрям передбачає багатовекторну політику розвитку туризму, яка водночас розвиває як внутрішній, так і в'їзний туризм. Інвестування здійснюється в контексті розвитку ринкових відносин на ринку туристичних послуг, а також вкладення капіталу у внутрішній туризм. Це зумовлено ще й тим, що 80% туристичних ресурсів України становлять історико-культурні пам'ятники й пам'ятки, рекреаційні ресурси екологічно чистих районів, індустріальні райони, мальовничі місця, сільська місцевість тощо, які користуються великим попитом і мають ринкові переваги порівняно з іншими видами туризму.

Модель ліберальної (європейської) державної туристичної політики розвитку туризму передбачає впровадження ефективної стратегії розвитку туризму, яка включає в себе економічні розрахунки ефективності інвестування в об'єкти туризму, як державні, так і приватні. Такі об'єкти у власності приватних підприємств індустрії туризму включено до програми підтримки об'єктів туризму. Для державної політики у сфері туризму характерні два основні принципи:

- 1) низькі вхідні бар'єри для туристичного бізнесу й індустрії;
- 2) комплексна туристична спеціалізація, що надає змогу країні утримувати на світовому туристичному ринку стійкі лідерські позиції.

«Стратегічною метою розвитку туристичної галузі України визначено формування сприятливих умов для туристичної діяльності в Україні й за її межами, а також конкурентоспроможної туристичної галузі та туристичного продукту для створення туристичного іміджу України на європейському й міжнародному туристичних ринках за умов сталого та випереджального розвитку економіки галузі. Чинна Стратегія розвитку галузі спиралася на

національну модель сталого економічного розвитку, головною метою якої визначено «формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі» [15], «яка відображає національні вектори економічного зростання держави: розвиток країни; безпека держави, бізнесу та громадян; відповідальність і соціальна справедливість; гордість за Україну в Європі та світі» [10].

Проте сучасні світові умови у сфері туризму та відкриття українських кордонів завдяки реальним євроінтеграційним процесам вимагають забезпечення реалізації не лише цих векторів у контексті сталого розвитку, а також вектора випереджального зростання. Передумовами цього є максимальне задоволення туристичних потреб населення на внутрішньому й зовнішньому ринках.

«Випереджальне зростання як субстанціональна інституційна умова й форма функціонування економіки, суспільства або будь-якої економічної системи (наприклад, туристичної галузі, де формуються економічні відносини щодо виробництва та споживання туристичного продукту (послуги)). Сутність і функція такої форми руху економіки та суспільства полягає у використанні окремими суб'єктами економічної діяльності на кожному історичному етапі розвитку людства не виявлених або не використаних іншими можливостей інтелектуального, політичного, мотиваційного потенціалу щодо розробки та впровадження альтернативних існуючим варіантів ефективного управління всіма видами ресурсів з метою забезпечення провідних позицій у конкурентному науково-дослідному, освітньому, технологічному, ринковому, соціальному, політичному полі» [5]. Це вимагає переорієнтації соціально-економічних відносин у галузі туризму України на досягнення якісних змін

економічного зростання на основі інвестиційно-інноваційного технологічного оновлення та структурної модернізації економіки галузі завдяки високим темпам нарощування внутрішніх і зовнішніх інвестицій та впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій.

«Підкреслимо, що стратегічна мета Концепції перебуває в площині ключових цілей ліберальної державної туристичної політики, які пов'язані з географічними, економічними та соціальними умовами розвитку країни, а також зі ступенем розвитку сфери туризму. Водночас потрібно враховувати, що система туризму має свою загальну стратегічну мету, а саме відновлення й розвиток духовних і фізичних сил туристів. Вона включає окремі функціональні цілі соціально-економічного, соціального, економічного й екологічного спрямування» [14, с. 13].

Створені умови сталого та випереджального розвитку надають змогу отримати українську конкурентоспроможну туристичну галузь. Для досягнення цієї мети має діяти злагоджена система державного регулювання практичної реалізації напрямів політики підтримки туристичної галузі, яка передбачає створення сприятливого ринкового середовища (умов) реалізації суб'єктами національного, регіонального й міжкордонного рівнів туристичної діяльності. Такими умовами імплементації ліберальної державної туристичної політики визначено:

- лібералізацію підприємницької туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, що передбачає встановлення правил гри, дерегуляцію ринку внутрішніх туристичних послуг, прогнозування тенденцій розвитку галузі та ринку туризму, визначення пріоритетів, стимулювання розвитку шляхом податкових, фінансових, інвестиційних та інших пільг, зниження вхідних туристичних бар'єрів, залучення українських туристичних організацій до європейських і міжнародних комісій та агенцій з туризму;

- децентралізацію в процесі залучення інвестицій. Поєднання державного та приватного інвестування туристичного бізнесу, особливо в напрямі створення національного туристичного іміджу й бренду;

- сприяння державно-приватному партнерству, зокрема формування й функціонування на ринку туристичних послуг організаційно-правових форм за участю держави і бізнесу, зокрема в напрямі розвитку «зеленого» туризму, оздоровлення молоді; історико-культурного туризму.

«Ключовою роллю держави в ліберальній моделі туристичної політики країни має залишатися підтримка таких напрямів розвитку сфери туризму, як»:

1) «забезпечення безпеки туризму; нормативне регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян)»;

2) «ліцензування в галузі туризму»;

3) «стандартизація й сертифікація туристичних послуг»;

4) «визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу»;

5) «видача дозволів на право здійснення туристичного супроводу»;

6) «встановлення системи статистичного обліку й звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу»;

7) «організація й здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму»;

8) «координація наукових досліджень та підготовка кадрів у галузі туризму; участь у розробці й реалізації міжнародних програм із його розвитку» [3].

Інститутом, функціями якого мають стати ці державні завдання з підтримки туристичної галузі й туристичної діяльності, може бути урядове галузеве Міністерство туризму і курортів з відповідними міжгалузевими департаментами. Відповідно до ліберальної державної туристичної політики Міністерство виконує центральну координаційну функцію. Одним з важливих напрямів діяльності державного інституту має бути сприяння умовам розвитку туристичних центрів, туристичних інформаційних центрів та просування національного туристичного бренду.

«Підкреслимо, що актуальною умовою розвитку сучасної туристичної індустрії є саме покращення інформаційного забезпечення цього процесу. Одним з ефективних інструментів управління сферою туризму та курортів у регіонах може стати формування мережі міських туристично-інформаційних центрів, що сприятиме підвищенню туристичної привабливості міст та активізації екскурсійної діяльності на їх території. Туристично-інформаційний центр має стати елементом системи управління сферою туризму на території міста (області)» [2]. «Туристично-інформаційний центр як суб'єкт туристичної діяльності сектору організації напряду виконує основне завдання з інформаційного забезпечення туристичної діяльності з метою створення іміджу, підвищення туристичної привабливості та популяризації туристичного регіону (місцевості), які визначаються поточними маркетинговими потребами туризму. Провідними функціями центру як маркетингового інструменту є: маркетингові дослідження та маркетингові інформаційні системи; стратегічне планування; планування маркетингових компаній і бюджету; реклама та зв'язки з громадськістю; друковані матеріали; просування продажу й формування ціни; дистрибуція та доступ до споживачів» [6, с. 97].

«Туристично-інформаційний центр як організаційна структура системи управління сферою туризму та курортів повинен виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочивальників, а також потенційних споживачів». «За замовленням зацікавлених організацій він може проводити»:

- «маркетингові та соціологічні опитування»;
- «виконувати роботи зі збору й систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристично-екскурсійної діяльності на території міста»;
- «аналіз ринків збуту послуг для майбутніх інвестиційних проектів»;
- «контроль якості туристичних послуг, які надаються на території міста» [3].

Діяльність туристично-інформаційних центрів також спрямована на підтримку державної програми розвитку туризму, просування національного туристичного продукту, створення єдиного інформаційного простору на внутрішньому та міжнародному ринках. Вони виступають посередниками між державними установами, туристами, туроператорами та турагентами, а також виробниками туристичних і супутніх послуг. Це має особливе значення в умовах лібералізації ринку туристичних послуг, де в галузі туризму функціонують суб'єкти малого й середнього бізнесу, які не мають достатнього фінансового забезпечення для виходу на національний та міжнародний ринок туристичних послуг.

Підтримка Міністерства в напрямі інформаційного забезпечення управління туризмом у регіоні через туристичні інформаційні центри полягає в постійному оновленні нормативно-правової та інформаційно-аналітичної бази, які забезпечують ефективне управління розвитком сфери туризму й курортів.

Ефективне функціонування Міністерства передбачає сприяння участі держави у фінансуванні на принципах державно-приватного партнерства формування й просування національного туристичного продукту, здійснення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності, організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій, семінарів, формування базового пакета інвестиційних проектів у галузі розвитку туристичної інфраструктури.

Державна туристична політика та система державного регулювання впливає на середовище туристичної галузі за допомогою методів та їхніх інструментів прямого й непрямого впливу для забезпечення повної реалізації визначених державною політикою підтримки туристичної галузі напрямів розвитку сфери туризму в Україні.

«При цьому система державного регулювання в галузі туризму в Україні має ґрунтуватися на таких принципах, як»:

- «створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити

туристичні потреби населення країни, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів»;

- «ефективне й раціональне використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини з одночасним їх збереженням і відновленням, профілактика та мінімізація негативного впливу туристичної діяльності на довкілля»;

- «підвищення ефективності інформаційної та комунікаційної інфраструктури, створення позитивного образу України як туристичної держави, активізація просування національного туристичного продукту на внутрішньому й міжнародному ринку туристичних послуг»;

- «удосконалення структури управління, реалізація державної туристичної політики шляхом координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади та суб'єктів підприємництва»;

- «розвиток конкурентоспроможного транспортного обслуговування туристичної галузі»;

- «удосконалення державної статистики з питань туризму з урахуванням міжнародних стандартів та досвіду інших країн»;

- «удосконалення системи підготовки кадрів для сфери туризму, розроблення та впровадження сучасних освітніх технологій»;

- «розвиток інноваційної діяльності та наукове забезпечення туризму» [12].

Так, до прямих методів належать адміністративно-правові інструменти, а до непрямих – фінансово-економічні й соціально-психологічні (рис. 3.2).

Так, адміністративно-правові інструменти використовують як засоби регуляторної політики функціонування ринку туристичних послуг, туристичної діяльності та її суб'єктами всіх рівнів управління.

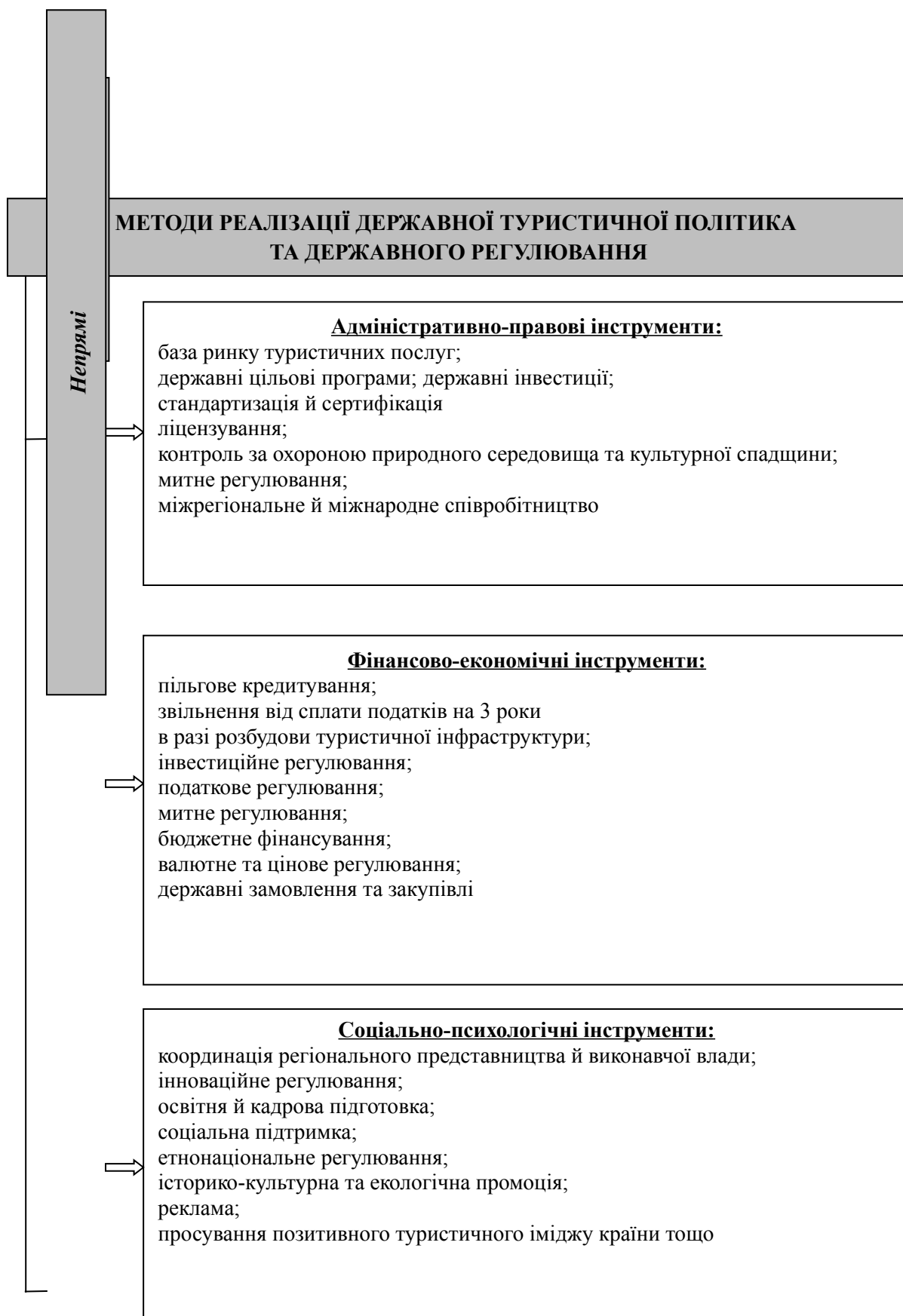


Рис. 3.2. Методи та інструменти реалізації державної туристичної політика та державного регулювання

Джерело: сформовано й доповнено автором.

«Фінансово-економічні інструменти державного регулювання є найбільш поширеними. Їх застосування, з одного боку, спонукає суб'єктів ринку туристичних послуг діяти в необхідному для суспільства напрямку, з іншого – дає можливість суб'єктам ринку зберегти право на вільний вибір своєї поведінки. Соціально-психологічні інструменти використовуються для стимулювання безпосереднього споживання туристичного продукту» [14].

«Для реалізації ліберальної державної туристичної політики доцільно застосовувати підхід С. Наумової щодо системи форм та методів державного регулювання туристичної діяльності на ринку туристичних послуг. Автор умовно ділить методи на три групи: 1) регулювання туристичного попиту; 2) регулювання туристичної пропозиції; 3) заходи регулювання загального характеру» [9]. Останню групу методів нами представлено вище (рис. 3.2), а до методів державного регулювання туристичного попиту належать такі, як:

- «державний маркетинг та просування туристичного іміджу країни»;
- «державний вплив на ціноутворення»;
- «ліцензування, стандартизація та сертифікація»;
- «збільшення доходів громадян»;
- «обмеження або полегшення доступу до туристичних об'єктів»;
- «регулювання тривалості робочого дня та відпусток»;
- «розвиток і підтримка соціального туризму» [9].

«Інструментами групи методів державного регулювання туристичної пропозиції автор називає такі, як»:

- 1) «дослідження, планування та регулювання туристичної діяльності»;
- 2) «контроль над використанням землі»;
- 3) «оподатковування туристичних підприємств»;
- 4) «митне регулювання»;
- 5) «створення сприятливих умов для інвестицій у туризм» [9].

Процес управління розвитком туристичної галузі України забезпечується організаційно-економічним механізмом розвитку туристичної галузі України, який через інструменти та інститути планування, фінансування, організації управління, моніторингу забезпечує реалізацію цільових програм туристичної галузі України.

«Оскільки сучасні умови світових інтеграційних процесів і важливість забезпечення розвитку туристичної галузі вимагають урахування стратегічних управлінських рішень організаційних структур, то ефективна співпраця з такими структурами дасть можливість здійснювати обмін досвідом, реалізовувати спільні проекти, розвивати туристичну інфраструктуру» [3]. Таким чином, упровадження концепції управління розвитком туристичної галузі України надасть змогу зробити туризм пріоритетним сектором національної економіки. На інституціональному рівні це забезпечить запровадження міжвідомчої координації туристичної діяльності, на соціально-економічному рівні – розвиток інфраструктури, транспортних та інформаційних зв'язків, створення й реалізацію унікальних автентичних туристичних продуктів та послуг, які матимуть попит на світовому ринку, застосування нових технологій туropolерейтингу.

Концепція управління розвитком туристичної галузі й туристичної діяльності має відображати спільність інтересів держави, суспільства та бізнесу. Спільними зусиллями державних органів, місцевих громад, туристичних підприємств та самих туристів варто охороняти природні пам'ятки, опікуватися створенням національних парків, заповідників, збереженням лісів, водойм, захистом рослинного й тваринного світу, збереженням біологічного різноманіття. Ще одним спільним завданням має бути посилення інформаційного впливу шляхом поширення відомостей про екологічні загрози національному природокористуванню для швидкого реагування з боку різноманітних рухів та природоохоронних організацій.

«Сучасна світова наука розглядає екологічний туризм як такий, що ґрунтується на активній рекреації в природних ландшафтах і спрямований на

збереження екосистем, мінімізацію впливу на природне середовище та збереження інтересів місцевого населення. Тому завдання уряду й туристичних організацій держави полягає в тому, щоб максимізувати позитивні аспекти впливу туризму на природне середовище та мінімізувати негативні. При цьому його розвиток на засадах сталості не повинен обмежувати або перешкоджати розвитку інших секторів економіки» «(сільськогосподарського виробництва, гірничо- та газовидобувної промисловості тощо)» [16, с. 45].

Механізмом реалізації нової стратегії розвитку туристичної галузі має слугувати вдосконалена нормативно-правова база. Потребують наукового дослідження депресивні райони, що екстенсивно розвиваються й де мало уваги приділяють збереженню навколишнього середовища. У процесі гармонізації української системи екологічних податків до стандартів ЄС потрібно довести їх частку в зведеному бюджеті України до 6–9%. Порушення цих стандартів зумовлює засмічення територій, а також винищення рідкісних видів рослин і тварин та екосистеми в цілому.

3.2. Науково-практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України

«Україна щороку чимраз активніше заявляє про себе як про туристичну державу. Це виявляється як у збільшенні кількості іноземців, які відвідують Україну, так і в бурхливому розвитку туристичної інфраструктури, зокрема засобів розміщення, пересування, шляхів сполучення, об'єктів харчування, рекреаційного, спортивно-оздоровчого, розважального, дозвіллевого та іншого призначення. Однією з найважливіших тенденцій останніх років стала зміна вектора політики держави та ставлення суспільства до туризму. Туризм, зрештою, перестали ототожнювати лише зі сферою відпочинку й розваг, фізичного виховання та політико-ідеологічного впливу. Туризм, нарешті, стали

усвідомлювати як один з головних факторів створення робочих місць, зростання рівня життя населення, поповнення державного й місцевого бюджетів, розвитку соціальної та виробничої інфраструктури, активізації культури й народних промислів тощо. Про зростання соціально-економічної ваги туризму свідчить активізація суспільного сектору в розвитку туристичного бізнесу, а також розвиток спеціалізованої освіти та помітний сплеск наукових досліджень сфери туризму. Інтенсифікація розвитку туризму, передусім зростання його частки в національній економіці, зокрема у ВВП країни, властива не тільки для України. В умовах глобалізації світової економіки, стрімкого розвитку ринку послуг, міжнародних комунікацій туризм перетворився на поширену практику лобювання економічних, інвестиційних, культурних, політичних та інших інтересів держави, став ефективним чинником товаризації рекреаційних ресурсів території» [6].

«Для більшості країн світу туристична галузь є найбільш прибутковою та поповнює дохідну частину державного бюджету. Туристична галузь входить до першої п'ятірки провідних галузей світу за обсягами доходів, на яку припадає 29% світового експорту послуг і 6% загального експорту товарів і послуг. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), туристичні потоки досягли 1,087 млрд прибуттів. Загальна експортна виручка від міжнародного туризму становить у середньому 1,4 трлн дол. США. За даними ВТО, у 2030 р. прогнозується збільшення світових туристських прибуттів на 3,3% щороку до 1,8 млрд осіб» [15]. За оцінками, у 2018 р. доходи юридичних осіб від надання туристичних послуг в Україні становили 21,07 млрд грн, що майже на 14% перевищують минулорічні показники; доходи фізичних осіб – 556,65 млн грн, що на 3,5% менше за показники 2017 р.

Розвиток галузі стимулює інші галузі національної економіки, зокрема: промисловість, торгівлю, сільське господарство, будівництво, транспорт, житлово-комунальний сектор, інфраструктуру, готельно-ресторанний бізнес, побутове обслуговування, малий і середній бізнес. Завдяки диверсифікації туристичної індустрії формується взаємозв'язок на міжгалузевому,

міждержавному, міжнаціональному, кроскультурному рівнях. Отже, питання розвитку туристичної галузі в Україні залишається актуальним.

«Насамперед, питання підтримки та постійного розвитку туристичної індустрії перебуває в площині ефективної й наближеної до світових і європейських стандартів державної стратегії та політики розвитку туризму в Україні. Аналіз науково-практичних досліджень свідчить, що туристичну політику формують і реалізують здебільшого центральні органи державної влади, які забезпечують загальні (інституційні, правові, економічні) умови розвитку туристичної діяльності в країні. Відповідно, варто звернути увагу саме на державну туристичну політику. Нині вона є складовою зовнішньої та внутрішньої політики держави, поряд з економічною, соціальною, культурною та іншими» [6].

«Зокрема, В. Герасименко визначає туристичну політику держави як «систему методів, впливів і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного й іншого характеру, яка здійснюється парламентами, урядами, державними і приватними організаціями, асоціаціями і закладами, що відповідають за туристичну діяльність, з метою регулювання і координації туристичної галузі, створення умов для розвитку туризму» [2, с. 39]». Науковець З. Горбильова тлумачить туристичну політику як «систему норм, правил та заходів, які застосовуються парламентами, урядами, державними та приватними організаціями, асоціаціями і закладами, що відповідають за туристичну діяльність, з метою її регулювання та координації, створення сприятливих умов для її розвитку» [3, с. 24].

Виокремлюють наукові напрями щодо використання понять «державна туристична політика» та «національна туристична політика». Так, О. Любіцева вважає, що державна туристична політика є «комплексом заходів правового, економічного і організаційного порядку, підкріплена відповідними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку» [5, с. 63]. Національна туристична

політика, на думку С. Севастьянової, це «сукупність державних дій та заходів, що визначають створення рамкових умов для розвитку туристичної індустрії, раціональне використання туристичних ресурсів, підвищення економічної ефективності досліджуваної галузі» [8, с. 40].

Зауважимо, що туристична політика держави як «сукупність форм, методів та напрямків впливу держави на функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку соціально-економічного комплексу» [14] має базуватися на туристичній стратегії.

Дослідженню проблеми розвитку туристичної галузі та туристичної діяльності, її ефективності, зокрема різним аспектам державної підтримки крізь призму стратегічного управління, власне стратегії її розвитку в контексті досягнення економічного зростання галузі та національної економіки, присвячено значну кількість наукових праць українських і зарубіжних учених, науковців та практиків, а саме: Л. Антошкіна, В. Євдокименко, О. Ігнатенко, В. Куценко, А. Мазаракі, О. Макари, М. Мальської, В. Пазенок, Н. Подольчака, Ж. Поплавської, О. Сарапіна, Г. Скляр, А. Терехуха, Т. Ткаченка, В. Федорченко, В. Цибуха, В. Шкарупа та ін., проте ці питання потребують подальшого аналізу. Нова стратегія розвитку туристичної галузі України сьогодні має враховувати стримуючі фактори та проблеми досягнення конкурентоспроможності галузі в якісно нових перетвореннях суспільних потреб, зокрема туристичних.

«За даними ВТО, темпи зростання туристичних потоків у світі щорічно становлять понад 4%, частка туризму у світовому ВВП – 9%. Проте, туристичний ринок в Україні розвивається нижчими темпами порівняно з розвинутими країнами світу. За даними Державної служби статистики України, частка туристичної галузі у ВВП країни становить майже 1,9%, хоча природно-ресурсний та історико-культурний потенціали дають можливість для більш динамічного зростання всіх видів туризму» [12; 15]. Подальший розвиток туристичної галузі та туристичної діяльності передбачає стратегічний підхід, власне розробки нової стратегії розвитку галузі. Стратегія розвитку туризму

ґрунтується на загальній концепції розвитку й цільових програмах, для реалізації яких необхідний час і залучення значних державних та місцевих фінансових ресурсів.

«З метою прискорення темпів розвитку туристичної галузі, надання цій сфері пріоритетності необхідно вирішити проблеми на рівні державної підтримки та регулювання. Основними факторами, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні, є такі» [7]:

- «нестабільність політичної ситуації в країні та наявність військового конфлікту на Сході»;
- «недоліки регіонального регулювання галузі туризму»;
- «недостатність рекламної інформації щодо України за кордоном»;
- «велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму»;
- «недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери»;
- «невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам».

«Туристична політика будь-якої країни зумовлена її внутрішніми й зовнішніми специфічними умовами та є складовою загальної політики держави. Водночас вона ґрунтується на загальноприйнятих імперативах пріоритетного розвитку в'їзного, соціального й самодіяльного туризму на основі сталого розвитку, який передбачає забезпечення збереження, відтворення та відновлення туристичних ресурсів. У сучасних соціально-економічних системах туристична політика держави має бути спрямована не лише на розвиток туристичного ринку, а й на створення на цій основі умов для розвитку людського капіталу, забезпечення зайнятості населення, зростання його доходів, формування національної та регіональної конкурентоспроможності» [6, с. 123].

«Щодо підтримки туристичної сфери, її розбудови й розвитку шляхом налагодження партнерських відносин з приватним сектором економіки, метою яких є розвиток туристичної інфраструктури, створення умов для підвищення привабливості регіонів для іноземних і внутрішніх туристів, підвищення якості

туристичних послуг, забезпечення їх комплексності, велике значення має активна політика держави» [4, с. 200].

Реалізація державної політики щодо підтримки туристичної галузі та туристичної діяльності має ґрунтуватися на принципах формування стратегії розвитку цієї індустрії, а саме: системності, конвергенції, орієнтації на всеосяжний розвиток, ефективності використання туристичного потенціалу, орієнтації на розвиток секторів (створення й підтримка «точок зростання»), орієнтації на сталий розвиток, відповідності програмних документів і ефективності прогнозно-аналітичних робіт (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Принципи формування стратегії розвитку туристичної галузі України

Принцип	Зміст
Системність	«Туристична галузь водночас і частина національної економіки, і окрема динамічна відкрита й цілісна соціально-економічна система, а будь-які процеси потрібно розглядати як закономірності розвитку»
Конвергенція	«Зближення, узгодження й згуртованість різних видів туризму з урахуванням історико-культурних, територіальних і природно-кліматичних умов туристичної діяльності. Орієнтація на формування туристичних кластерів в умовах децентралізації управління туристичною галуззю на основі вирівнювання використання туристичних потенціалів регіонів»
Орієнтація на всеосяжний розвиток	«Збалансованість економічного й соціального ефекту туристичної діяльності, яка забезпечує зайнятість регіонів, підвищення доходів населення від туристичної діяльності, забезпечення тісноти соціально-економічного, культурного та територіального зв'язку регіонів, залучення й мобільність міграції висококваліфікованих кадрів у туристичній сфері. Досягнення задоволення туристичних потреб, зайнятості та безпечного людського розвитку»
Ефективність використання туристичного потенціалу	«Розвиток комунікацій та інфраструктури для досягнення максимального ефекту від використання сукупності природних, етнокультурних і соціально-історичних ресурсів об'єктів туристичної діяльності»
Орієнтація на розвиток секторів – точок зростання	«Створення гнучких туристичних кластерів через різноманіття видів туризму та відновлення організаційно-економічного механізму СЕЗ для розвитку туристичної галузі»
Орієнтація на сталий розвиток	«Забезпечення збалансованості економічних, соціальних та екологічних умов зростання туристичної галузі. Дотримання вимог захисту довкілля, соціальної справедливості та задоволення туристичних потреб»
Відповідність програмних документів	«Дотримання теоретико-практичних засад стратегічного планування для реформування туристичної галузі. Розробка цільових середньострокових програм, зокрема секторних (відповідно до видів туризму) і територіальних (регіональних чи кластерних)»

Ефективність прогнозно- аналітичних робіт	«Формування системи вибору й обґрунтування пріоритетних функцій для реалізації програм розвитку туристичної галузі, що визначається наявністю повної та достовірної інформації про закономірності функціонування й стартові умови розвитку туристичної діяльності»
---	--

Джерело: сформовано й доповнено автором за [2].

Підкреслимо, що принципи мають бути покладені в основу формування середньострокової стратегії розвитку туристичної галузі України. Тривалість стратегії визначається закономірностями змін галузі національної економіки – вони мають триваліший характер, ніж сфера технологій чи виробничі сфери, проте сезонність туристичної діяльності вимагає гнучкості, у тому числі й програм підтримки галузі відповідно до умов ринку туристичних послуг.

Реалізація стратегії розвитку туристичної галузі України відповідно до її принципів має відповідати критеріям ефективності надання туристичних послуг на ринку (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Критерії ефективності на ринку галузі для реалізації напрямів державної політики підтримки туристичної галузі в Україні

Джерело: побудовано автором.

Відповідно до мети, завдань і критеріїв стратегії розвитку туристичної галузі визначають напрями державної політики регулювання туристичної галузі та туристичної діяльності:

1) розробка й створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі з метою досягнення соціально-економічного та всеосяжного зростання; створення узгодженої системи економічних зв'язків між регіонами на рівні внутрішньому та транскордонному рівнях здійснення туристичної діяльності шляхом формування туристичних кластерів і СЕЗ;

2) розробка й створення системи екологічної стандартизації та сертифікації туристичної діяльності з метою досягнення сталого розвитку на рівні туристично активних регіонів; методологічне забезпечення екологізації цільових програм розвитку туризму в Україні;

3) випереджальний розвиток наукових досліджень з брендингу галузі й відповідної освіти у сфері туризму з метою створення туристичного іміджу України та її регіонів; підвищення конкурентоспроможності галузі шляхом упровадження наукових досліджень і розробок у сфері програм з туризму.

Державне регулювання у сфері практичної реалізації напрямів державної політики підтримки туристичної галузі в Україні на основі визначених принципів формування стратегії та критеріїв ефективності на ринку галузі на національному й регіональному (для внутрішнього та в'їзного туризму) і міжкордонному (міжнародного та виїзного туризму) рівнях має спиратися на вирішення виконавчою владою (зокрема на рівні місцевого самоврядування) таких першочергових завдань:

1) створити регіональні центри обліку й охорони туристичних ресурсів: історико-культурних, природно-географічних, індустріальних тощо (створення інтерактивних карт туристичних ресурсів кожного регіону у формі електронного додатка; розробка системи заходів щодо охорони природних ресурсів і відновлення пам'ятників культури);

2) упровадити маркетингову службу з вивчення туристичного попиту та реклами для кожного регіону;

3) розробити цільові середньострокові програми розвитку туристичної галузі за участю конкретних інвесторів та місцевого самоврядування на основі системи грантів;

4) здійснити освітньо-професійну підготовку туристичних кадрів спільно із закладами освіти та управління підприємствами готельного господарства, харчування, виробництва;

5) поліпшити логістику з метою координації роботи туристичних агентів та операторів з транспортними агентствами, культурними установами;

6) збільшити державне фінансування інфраструктури для забезпечення туристичної діяльності;

7) створити систему податкових пільг для стимулювання підприємств фінансувати інфраструктуру галузі туризму;

8) збільшити частину відрахувань на розвиток туризму з місцевих бюджетів;

9) провести оцінювання економічної ефективності всіх видів туризму відповідно до встановлених критеріїв ефективності на ринку галузі;

10) на основі стандартизації й сертифікації туристичної діяльності розробити туристичні паспорти регіонів та об'єктів туризму;

11) здійснити класифікацію й зафіксувати в туристичному паспорті регіонів місця відпочинку за обсягами туристичних потоків, рівнем природного потенціалу, функціональними ознаками, видами туризму, ступенем концентрації заповідних і рекреаційних об'єктів;

12) розробити методологію обґрунтування норм трансграничного туризму.

«Механізм реалізації туристичної політики держави може охоплювати»:

- «вироблення концепцій розвитку туризму»;
- «складання цільових програм з розвитку туризму як на рівні держави загалом, так і на рівні окремих регіональних ринків»;
- «розроблення конкретних заходів для досягнення поставленої мети»;
- «державне регулювання туристичної діяльності» [1, с. 14].

Отже, щодо вдосконалення державного регулювання у сфері туризму, а надто державної політики підтримки туристичної галузі та туристичної діяльності варто керуватися такими мотивами:

1) «в умовах соціальної ринкової економіки держава прямо або опосередковано спрямовує розвиток туризму. Ефективність державної туристичної політики позначається на характері туристичного процесу й місці, яке посідає в ньому національний туристичний ринок, прибутковості індустрії туризму, її прямому та опосередкованому внеску в національну економіку»;

2) «функціонування індустрії туризму скеровується національною туристичною політикою, мета якої полягає в координації бізнесових і державних зусиль для ствердження позицій країни в світовому туристичному процесі, у світогосподарських соціально-економічних та соціокультурних системах»;

3) «важливість державно-приватного партнерства в туристичній сфері зумовлена необхідністю його розвитку як однієї з ефективних форм концентрації ресурсів влади, бізнесу й населення для вирішення завдань з розвитку туризму» [4, с. 202].

«Трансформаційні перетворення в Україні висувають нові вимоги до стратегій розвитку й механізмів управління та регулювання. Сьогодні створення високоефективної та конкурентоспроможної туристичної галузі є перспективним напрямом розвитку національної економіки. Важливе місце в сучасних умовах для кожної галузі посідає не лише забезпечення ресурсами, які необхідні для досягнення поставлених цілей, а й стратегічний розвиток на перспективу, без якого неможливе ефективне функціонування в ринковому конкурентному середовищі» [11, с. 71].

У напрямі вдосконалення державного регулювання розвитку туристичної галузі в Україні доцільно використати закордонний досвід стратегічного планування розвитку галузі, тобто механізму та змісту стратегії розвитку туристичної галузі в Україні. В основу механізму формування стратегії розвитку туристичної галузі в Україні мають бути покладені алгоритм та методи

стратегічного планування економічного розвитку індустрії й галузі (рис. 3.4). Вважаємо, що структурними елементами алгоритму розробки стратегії мають бути ключові етапи (завдання) державного стратегічного планування.

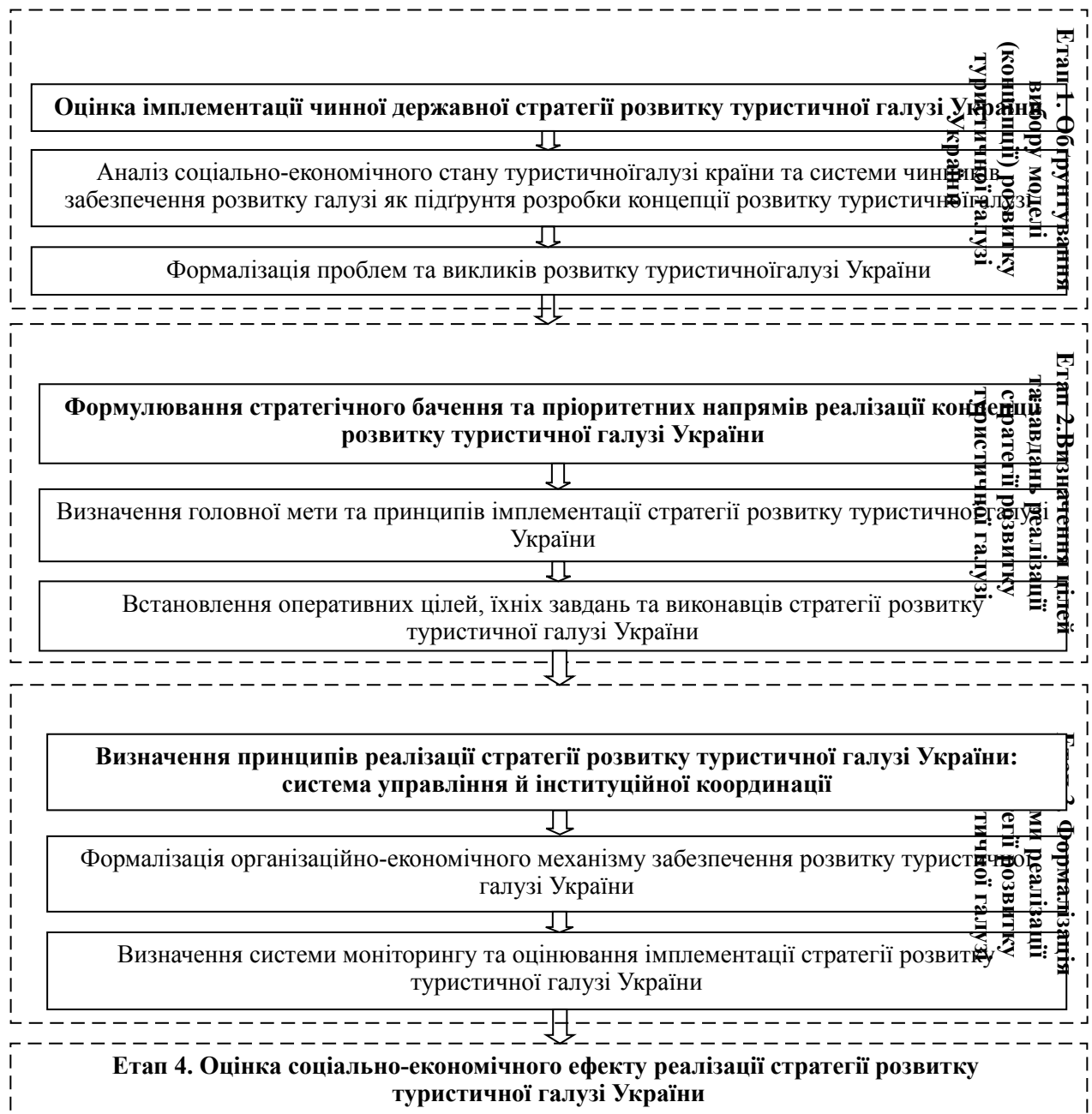


Рис. 3.4. Алгоритм розробки стратегії розвитку туристичної галузі в Україні

Джерело: розроблено автором.

I. Початковий етап – обґрунтування вибору моделі (концепції) розвитку туристичної галузі. На цьому етапі здійснюють аналіз та оцінювання передумов

розробки та впровадження нової стратегії розвитку туристичної галузі, а саме соціально-економічного стану національної економіки й туристичної галузі зокрема, чинників і проблем впливу на галузь, а також результатів та недоліків попередньої стратегії; обґрунтовують оновлену концепцію розвитку туристичної галузі на основі державної стратегії економічного розвитку національної економіки України.

II. Цільовий етап – визначення цілей та завдань реалізації стратегії розвитку туристичної галузі. На цьому етапі формулюють стратегічні цілі, відповідні завдання та пріоритетні напрями стратегії розвитку й підтримки туристичної галузі та діяльності відповідно до концепції.

III. Процесний етап – формалізація системи реалізації стратегії розвитку туристичної галузі, зокрема визначення чіткої послідовності дій суб'єктів щодо імплементації цілей і завдань стратегії розвитку туристичної галузі (відповідно до концепції) у системі визначених принципів та інструментів (економічних й управлінських). Формалізується організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України.

IV. Підсумковий етап – оцінювання соціально-економічного ефекту реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України. На заключному етапі оцінюють контрольні результати від імплементації заходів стратегії розвитку туристичної галузі України відповідно до стратегічних цілей стратегії; визначають економічні й соціальні переваги для галузі та національної економіки України від упроваджених заходів стратегії.

Підсумком стратегічного планування й головним інструментом стратегічного управління є документи стратегічного характеру: концепції, плани, програми. Концепція є генеральним задумом (система поглядів), що визначає стратегію дій під час здійснення реформ, проектів, планів, програм. План відображає модель планованого майбутнього стану економічної системи загалом, господарства країни, регіонів, галузей, підприємств, компаній. Програма містить систему взаємопов'язаних заходів, план дій, спрямованих на досягнення єдиної мети, вирішення однієї проблеми [9].

«На думку О. Шатило [13, с. 61], програми розвитку туризму відповідно до стратегії розвитку туристичної галузі України мають містити такі практичні аспекти»:

- «механізм поліпшення Індексу доступності туристичної візи (розраховується UNWTO та відображає простоту переміщення через державний кордон країни з туристичною метою)»;
- «механізм добровільної акредитації суб'єктів надання туристичних послуг в Україні, цього можна досягнути шляхом розробки та просування спеціальної брендваної відзнаки»;
- «механізм рекламування туристичних принад України як на національному ринку, так і за кордоном на найбільш перспективних національних ринках (насамперед, з використанням електронних інформаційних технологій)»;
- «механізм розбудови транспортно-туристичної інфраструктури, що має бути тісно координованим з механізмом розбудови та модернізації транспортної інфраструктури України (з метою економії витрат)»;
- «механізм координації програм (напрямів) розвитку сільського, зеленого та екологічного туризму з програмами розвитку сільської місцевості й стимулювання зайнятості на селі».

Сформульовано стратегічне значення туристичної галузі в національній економіці країни, що полягає у впливі галузі на розвиток майже всіх галузей економіки країни. Проте, існують фактори, які стримують розвиток туристичної індустрії і які мають нівелюватися на рівні державної підтримки та регулювання, а саме: у військово-політичній сфері – наявність військового конфлікту на Сході; у сфері регіонального управління галуззю туризму; у комунікативній сфері – доступність та актуальність інформації щодо туристичних об'єктів для внутрішнього туриста та іноземного в Україні; у сфері податкового навантаження – стимулювання потенційних інвесторів; у сфері освітньо-професійної підготовки персоналу; у сфері якості та кількості

готельно-ресторанного бізнесу, який відповідає світовим і європейським стандартам.

Обґрунтовано принципи системності, конвергенції, орієнтації на всеосяжний розвиток, ефективності використання туристичного потенціалу, орієнтації на розвиток секторів, орієнтації на сталий розвиток, відповідності програмних документів та ефективності прогнозно-аналітичних робіт для формування стратегії розвитку туристичної галузі.

Науково-практичні рекомендації щодо стратегії розвитку туристичної галузі України на рівні державної політики підтримки туризму та туристичної діяльності лежать у площині критеріїв ефективності надання туристичних послуг на ринку галузі (економічна й соціальна ефективність, екологічна ефективність цільових програм, креативність реалізації програм і заходів). Саме їм має відповідати стратегія розвитку туристичної галузі України.

Відповідно до мети, завдань і критеріїв стратегії розвитку туристичної галузі розроблено напрями державної політики регулювання туристичної галузі та туристичної діяльності:

- розробка й створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі;
- розробка й створення системи екологічної стандартизації та сертифікації туристичної діяльності;
- випереджальний розвиток наукових досліджень з брендингу галузі й відповідної освіти у сфері туризму.

Для стимулювання туристичної діяльності необхідні економіко-фінансова підтримка розвитку туристичних агентів та операторів, покращення їх кадрового забезпечення, розвиток державно-партнерської системи підтримки галузі, створення бізнес-умов для впровадження інновацій у туристичні продукти та розвиток інфраструктури. Власне ефективна державна політика підтримки туристичної галузі надасть змогу сформувати привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної сфери в Україні.

3.3. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України

Сучасною тенденцією в національній економіці розвинених країн є висока частка туристичних послуг у структурі ВВП і споживання. У галузь туризму інтенсивно інтегруються новітні інформаційно-комунікаційні технології, електронна торгівля та інші ресурси інформаційної економіки. Також глобальні перетворення в площині сталого розвитку економік країн світу безпосередньо впливають на розвиток туризму. Такі процеси зумовлюють пошук країнами з нижчою конкурентоспроможністю туристичної сфери нових механізмів покращення управління туристичною галуззю та туристичної діяльності, удосконалення державної туристичної політики, формування туристичної інфраструктури країни відповідно до міжнародних стандартів, використання потенціалу туристичних ресурсів. Такі зміни стосуються, зокрема, України. Ці механізми мають відповідати макроекономічній стратегії розвитку сфери туризму й тактики туристичної діяльності, а також обґрунтованим конкретним заходам щодо впровадження інноваційних форм організації туристичної діяльності та принципів сталого розвитку економіки галузі.

«Туристична галузь у сучасних умовах набуває особливого стратегічного значення для соціально-економічного розвитку України та її регіонів. Вона сприяє становленню країни на світовому ринку товарів і послуг як повноправного партнера в міжнародних відносинах. Україна, володіючи величезним туристично-рекреаційним потенціалом, має всі передумови для розвитку туристичної галузі, яка за умов ефективного державного управління може стати каталізатором соціально-економічного поступу країни та надасть змогу отримати низку інших переваг» [3].

Проблеми формування стратегії розвитку туризму, механізмів і стратегічних сфер (напрямів) досягнення цілей та реалізації завдань державної стратегії розвитку галузі досліджувало багато українських і зарубіжних науковців і практиків, зокрема: О. Амоша, І. Балабанов, М. Біржаков, Д. Веденін, А. Грищук, В. Данильчук, М. Долішній, О. Ігнатенко, В. Куценко, О. Любіцев, Л. Мазнік, О. Невелєв, В. Пазенок, В. Пил, А. Сидоров, В. Федорченко, В. Цибух, О. Чмир, В. Шкарупа, І. Школа, Е. Щепанський та ін. Проте ці питання потребують подальшого аналізу.

У нових умовах розвитку туристичної галузі України, інтеграції країни у світовий туристичний простір, загроз, пов'язаних з функціонуванням безвізового режиму з країнами – гігантами європейського туристичного бізнесу сьогодні набуває актуальності розробка ефективних у короткостроковий період механізмів забезпечення розвитку туристичної галузі України.

Розвиток туризму стимулює зростання суміжних сфер національної економіки, що є особливо важливим для регіонального розвитку України. Зазначимо, що ресурсний потенціал України вигідний для постійного залучення туристів завдяки унікальним природним можливостям, багатій історичній та культурній спадщині держави.

«Індивідуальний, комплексний та мобільний характер сучасного туризму сформував попит на безпечне для життя й здоров'я середовище, спроможне забезпечити права громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, задовольнити їх духовні потреби при здійсненні туристичних подорожей. Отже, основними причинами неефективної реалізації конкурентних переваг унікального ресурсного потенціалу України є»:

- «низька якість складових національного туристичного продукту; значна частина природних територій та об'єктів культурної спадщини не пристосована для відвідувань туристами, туристична інфраструктура в цілому не відповідає якісним параметрам, а туристичні послуги в більшості секторів туристичної індустрії – вимогам щодо якості обслуговування»;

- «відсутність комплексної політики держави, несформованість раціональних форм державного управління у сфері туризму й діяльності курортів, невідповідність нормативно-правового та організаційно-фінансового забезпечення сучасним потребам населення й економіки держави, параметрам туристського потоку, тенденціям розвитку туризму» [5].

У результаті загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів виникла нагальна потреба в удосконаленні державної політики в галузі, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень та компетенції суб'єктів туристичної діяльності, упровадження ефективних організаційно-економічних, правових, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної й конкурентоспроможної на міжнародному рівні галузі національної економіки.

Для розв'язання системних проблем у галузі туризму й туристичній діяльності необхідна стратегічно орієнтована державна політика.

Незалежно від моделі розвитку туристичної галузі країни головними цілями такої державної політики підтримки у сфері туризму мають бути:

- «створення таких умов, за яких належне (якісно та кількісно) задоволення потреб споживачів туристичних послуг супроводжується не лише реалізацією потенцій суб'єктів туристичної діяльності, а й поліпшенням соціально-економічної ситуації в країні» [10];

- «забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення й зміцнення здоров'я, на безпечне для життя та здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб і інших прав»;

- «безпека туризму, захист прав і законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав і законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель і споруд»;

- «збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, урахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій»;

- «створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності» [1];

- «формування сприятливих умов для функціонування та розвитку туристичної сфери й суміжних з нею сфер і галузей, що належать до матеріального виробництва та сфери послуг національної економіки» [2].

Інструментом реалізації державної туристичної політики є механізм державного управління туристичною галуззю. Поняття «механізм» у дослідженнях з державного управління широко використовують, оскільки воно дає можливість визначити оптимальне поєднання засобів впливу на керований об'єкт у тісному зв'язку та взаємодії. На думку науковця М. Біль [3], технічний термін має виняткове значення в розумінні результативності державного управління.

«Тлумачення механізму державного управління (регулювання) туристичною галуззю в наукових працях українських учених є вибіркоким, епізодичним та цілком не відображає особливостей галузі як об'єкта управління. Зокрема, учений Є. Козловський пропонує дефініцію механізму державного регулювання в галузі туризму як «сукупності організаційно-економічних методів та інструментів, за допомогою яких виконуються взаємопов'язані функції для забезпечення сталого розвитку туризму» [7, с. 7, 8].

Водночас М. Борушак визначає «державне регулювання регіональної туристичної політики» як один із «напрямів державної туристичної політики (разом із розробкою концепцій розвитку туризму в регіонах, формуванням цільових програм щодо розвитку туризму на рівні адміністративного центру загалом і на рівні окремого суб'єкта адміністрування)» [4, с. 12]. Тобто автор використовує функціональний підхід до розподілу напрямів функціонування механізму.

Достатньо повним та змістовним є тлумачення дефініції ученої Л. Давиденко, яка розглядає державне регулювання у сфері туризму як «цілеспрямований вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження формування і підтримки туристично-

рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів і заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів для рекреаційних туристичних комплексів» [6, с. 7].

На основі аналізу наукових праць можна сказати, що механізм державного управління (регулювання) туристичною галуззю є складною самостійною системою впливу держави (через її органи влади) на процеси та явища, що пов'язані з упорядкуванням соціально-економічних відносин у сфері суспільної діяльності щодо створення, розподілу та споживання туристичного продукту, яку формують методи управління, інституційне, ресурсне, інформаційне та науково-методичне забезпечення.

«Цей механізм є інструментом реалізації відповідної політики держави у сфері державного управління туристичною галуззю (державної туристичної політики), а процес його практичної дії відображає поняття «функціонування механізму» [3].

Отже, державне управління (регулювання) туристичною галуззю є різновидом діяльності держави, що передбачає цілеспрямований довгостроковий вплив на туристичну галузь шляхом використання спеціального механізму з метою досягнення визначених стратегічних завдань.

«Одним із провідних підходів до управління в умовах всезагального динамізму, непередбачуваності та мінливості бізнес-середовища визнане стратегічне управління» [9, с. 38]. Тому з позиції стратегічного управління розвитком туризму в Україні науковці А. Грищук та Ю. Масюк визначають основні сфери механізмів стратегії розвитку туристичної галузі України (табл. 3.2), за допомогою яких має реалізовуватися державна концепція розвитку галузі.

Таблиця 3.2

Основні сфери механізмів стратегії розвитку туристичної галузі України

Механізм	Інструменти управління стратегією
1	2
Нормативно-	«Нормативно-правові акти, документи дозвільного характеру,

правовий	національні та міжнародні стандарти й сертифікати тощо»
Організаційно-управлінський	«Концепції, програми, проекти, плани тощо»

1	2
Соціальний	«Макроекономічні показники (рівень доходів населення, рівень цін, рівень пенсій, соціальні виплати, рівень зайнятості тощо), галузеві показники (мінімальна та середня зарплата в галузі, рівень зайнятості по галузі, рівень цін по галузі, рівень цін на паливо тощо), регіональні показники (мінімальна та середня зарплата в регіонах, рівень зайнятості в регіонах, рівень цін у регіонах, рівень цін на паливо в регіонах тощо)»
Фінансово-економічний	«Податки, збори, податкові пільги, амортизаційні відрахування, кредити, страхування, вартість нерухомості, оренда (лізинг), валютний курс тощо»
Інформаційно-комунікаційний	«Програмно-комп'ютерне забезпечення по галузі, забезпечення мобільним та інтернет-зв'язком, інформаційні потоки, комунікативні бар'єри тощо»

Джерело: сформовано й доповнено автором за [9].

«Науковець Л. Давиденко серед механізмів державного регулювання туристичної галузі виокремлює регламентуючий, коригуючий, стимулюючий, організаційний, соціальний, контрольний механізми. Так, автор визначає регламентуючий механізм як один з основних, тому що завдяки йому встановлюються певні правила для різних видів туристичної діяльності, визначається правовий простір тощо. До засобів реалізації регламентуючого механізму належать групи щодо забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав; безпеки туризму, захисту прав та законних інтересів туристів, власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань; збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорони культурної спадщини та довкілля, врахування державних та громадських інтересів при плануванні та забудові територій; створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримки пріоритетних напрямів туристичної діяльності; організації діяльності органів, які здійснюють державне регулювання» [6, с. 10]. Для ефективного державного регулювання розвитку туристичної галузі на основі регламентуючого механізму повинен бути

сформований відповідний організаційно-економічний механізм на основі структурно-суб'єктного підходу.

Функціонування основних сфер механізмів стратегії розвитку туристичної галузі в Україні відбувається в сучасних умовах суспільного поділу праці, який визначає розвиток туризму як самостійного виду економічної діяльності. Тому на нього як на діяльність впливають чинники, котрі, зокрема, формалізують суб'єктів (або рівні управління) організаційно-економічного механізму забезпечення розвитку туристичної галузі та туристичної діяльності (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Чинники (суб'єктний характер) впливу на детермінацію туризму
як виду економічної діяльності

Рівні управління (суб'єкти)	Фактори дії суб'єктів
1	2
Мегарівень	- «глобалізаційні процеси»; - «науково-технічний прогрес, зокрема суттєве скорочення часу подолання відстаней, розвиток мережі телекомунікацій»; - «інформатизація суспільства»; - «діяльність інтеграційних об'єднань, які утворились за таких умов і проводять відповідну політику щодо сприяння розвитку міжнародного туризму (Всесвітня туристична організація, Міжнародна асоціація повітряного транспорту, Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна асоціація в підтримку освіти у сфері готельного бізнесу і туризму тощо)»; - «безпека, мир у світі»
Мезорівень	- «соціально-економічний розвиток країн»; - «сприятлива державна політика країн, спрямована на стимулювання туристичних потоків, зокрема в спрощенні порядку перетину кордону, подовженні часу перебування в іноземній країні тощо»; - «державна підтримка туристичних програм і грантів»; - «розвиток туристичного іміджу і бренду країни, регіонів і міст»; - «стандартизація і сертифікація туристичної діяльності відповідно до міжнародної системи якості»; - «розвиток міждержавної співпраці»

1	2
Макрорівень	- «якість туристичних послуг, які надають туристичні оператори, агенції»; - «безпека туристів»; - «розвиток туристичної інфраструктури та інфраструктури загального призначення»; - «відповідність туристичного продукту міжнародним стандартам, його конкурентоспроможність»; - «зростання кількості ділових поїздок, які дозволяють, крім вирішення основних питань у вільний від роботи час, ознайомитись з туристично-рекреаційними ресурсами країни»
Мікрорівень	«Виникнення нових потреб людини для задоволення базових унаслідок зростання матеріального добробуту населення, його культурного й духовного розвитку»

Джерело: сформовано й доповнено автором за [3].

«Відповідно до вимог та проблем розвитку сфери туризму урядом схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. (далі – Стратегія-2026)» [11].

У документі головною метою визначено «формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі» [11].

Для досягнення цілей Стратегії-2026 відповідно до пріоритетних напрямів визначено механізми державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів, які мають ефективно взаємодіяти: правовий, організаційний, економічний і фінансовий (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Механізми державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів
у Стратегії-2026

Механізм	Завдання та принцип дії механізму	Інструменти
Правовий	«Орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації Стратегії-2026 принципів конституційності, законності та прозорості»	«Нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування»
Організаційний	«Спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування, представників бізнесових і наукових кіл, громадських організацій»	«План заходів з реалізації Стратегії-2026 на основі установлених показників розвитку для оцінювання досягнення цілей, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівнях; цільові й регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів; договори, що укладаються, зокрема на засадах державно-приватного партнерства»
Економічний	«Забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності галузі»	«Економічні інструменти для залучення інвестицій у туристичну галузь; преференції українському виробнику туристичної продукції; фінансове оздоровлення підприємств туристичної галузі; сучасні інформаційні й маркетингові технології»
Фінансовий	«Забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків і небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній»	«Кошти державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, кошти міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), кошти інвесторів та інших джерел, не заборонених законом»

Джерело: сформовано автором за [11].

Сучасний підхід імплементації Стратегії розвитку туризму реалізується шляхом упровадження інструментів механізмів реалізації програм туристичної галузі, які координуються з основними заходами визначених пріоритетних напрямів державної стратегії розвитку туризму в Україні: забезпечення безпеки

туристів, нормативно-правова база сфери туризму й курортів, розвиток туристичної інфраструктури, маркетингова політика розвитку туризму та курортів України, підтримка екосистеми курортів та етноспадщини України, розвиток людських ресурсів (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Механізми реалізації програм туристичної галузі відповідно до напрямів стратегії розвитку туризму в Україні

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів [11; 12]

Основними інструментами організаційно-економічного механізму реалізації стратегії розвитку туризму мають бути:

1) система нормативних правових актів регіонів, міст та об'єднаних територіальних громад (ОТГ), які мають логічний зв'язок і послідовне використання конкретних методів та інструментів державного регулювання;

2) інформаційна, методологічна та інструментальна підтримка підготовки й прийняття управлінських рішень на рівні регіональних органів державної влади та місцевого самоврядування;

3) широке застосування елементів стратегічного управління при оптимальному поєднанні його з методами й формами оперативного (короткострокового) управління [8, с. 177].

Реальна імплементація програм і стратегії розвитку туристичної галузі можлива завдяки організаційно-економічному механізму забезпечення розвитку туристичної галузі України (рис. 3.6).

Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України ґрунтується на системі послідовного здійснення державою (державною туристичною політикою) спільно із суб'єктами туристичної діяльності та місцевого самоврядування туристичних регіонів планування, фінансування й організаційно-управлінських функцій з реалізації концепції розвитку туризму, яку покладено в основу стратегії розвитку туристичної галузі.

Головними суб'єктами реалізації механізму та об'єктами підтримки мають стати відновлені СЕЗ, туристично-курортні ареали як укрупнені «точки зростання» туристичного потенціалу країни та туристичні кластери з поєднанням різноманітних, але економічно й екологічно близьких видів туризму.

Концепція як ключова довгострокова програма визначає вектори розвитку туристичної галузі відповідно до умов здійснення туристичної діяльності.

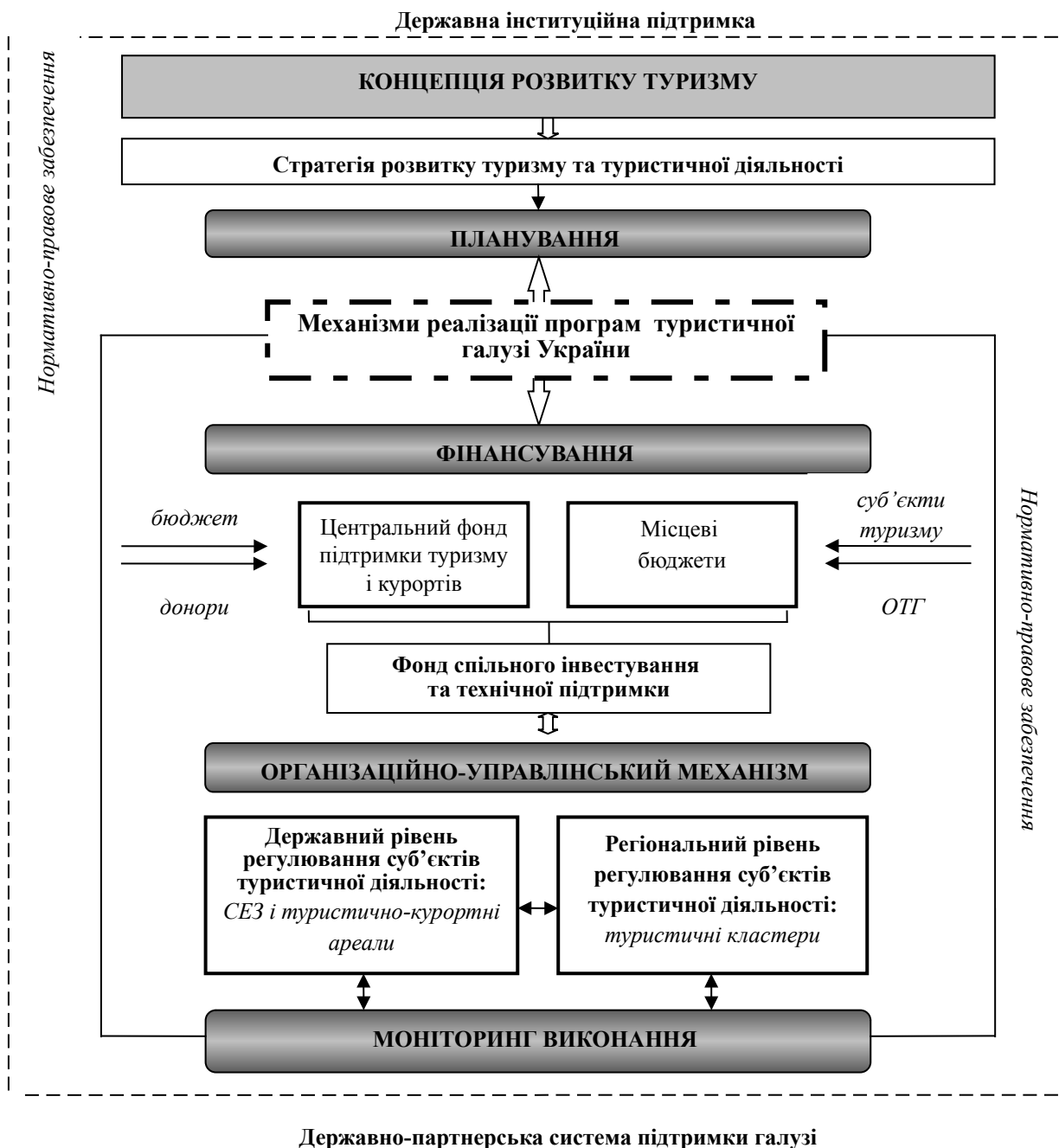


Рис. 3.6. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України

Джерело: удосконалено автором.

У стратегії формалізовано цілі, завдання й пріоритетні напрями реалізації концепції, визначено реальні інститути-виконавців концепції, сформульовано

програмні показники досягнення цілей концепції розвитку галузі. Організаційно-економічний механізм на основі управлінського підходу передбачає чітке розмежування процесів імплементації заявленої програми стратегії розвитку туристичної галузі. Відповідні показники відображаються на етапі планування, формальним вираженням яких є планування розвитку туризму в Україні на рівні програм, планів. Реалізація запланованого забезпечується цільовим фінансуванням, де головним принципом має стати його диверсифікація й залучення всіх рівнів управління галуззю: макро-, мезо- й мікро- (державного, регіонального, місцевого самоврядування, підприємницького відповідно). За рахунок акумулювання коштів у Фонді спільного інвестування та технічної підтримки за принципами державно-приватного партнерства здійснюється державна туристична політика. Зокрема, цільове фінансування можливе шляхом:

- поповнення коштами державного бюджету та інвестиціями в туристичні об'єкти Центрального фонду підтримки туризму і курортів;
- поповнення коштами підприємницького сектору та об'єднаних громад туристичних центрів місцевих бюджетів.

Організаційно-управлінський механізм підтримує виконання програм та фінансування туристичної діяльності, регулювання здійснюється на державному й регіональному напрямках. На державному рівні здійснюється регулювання та організаційно-управлінська підтримка функціонування СЕЗ і туристично-курортних ареалів (створення інфраструктури, забезпечення економічної й екологічної безпеки); на регіональному – регулювання й організаційно-управлінська підтримка функціонування туристичних кластерів (упорядкування системи туристичних центрів у регіонах: або їх укрупнення, або ліквідація відповідно до туристичного потенціалу й умов на ринку туристичних послуг).

Для оцінювання результативності впроваджених заходів відповідно до цілей, завдань і напрямів стратегії розвитку туристичної галузі проводять моніторинг виконання планів та програм за принципом зворотного зв'язку. Це

надає змогу контролювати показники розвитку галузі й вчасно вживати заходів з підтримки. Дієвість організаційно-економічного механізму забезпечується державною регуляторною політикою (нормативно-правовою базою у сфері туризму) і державною інституційною підтримкою (інститути виконавчої та законодавчої влади у сфері туризму).

Отже, розвиток туристичної галузі є актуальним для України. Унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток, значні рекреаційні можливості, які має Україна, приваблюють дедалі більше туристів, зокрема іноземних. Забезпечувати належну віддачу від цього потужного потенціалу, використовувати його для активного відпочинку та оздоровлення людей можна лише за умови чіткої організації туризму, упровадження ефективних механізмів державного регулювання галузі, залучення до неї досвідчених і кваліфікованих кадрів. Тобто туризм є одним з основних пріоритетів держави, упровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України. У контексті стратегічного управління розвитком туризму в Україні запропоновано основні сфери механізмів стратегії розвитку туристичної галузі України та їхні інструменти для імплементації державної концепції розвитку галузі, а саме нормативно-правовий, організаційно-управлінський, соціальний, фінансово-економічний, інформаційно-комунікаційний механізми.

«Сучасна макроекономічна стратегія розвитку галузі дасть можливість більш ефективно скоординувати туристичну діяльність. Основним завданням стратегії має бути визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, упровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України» [11].

Для успішної імплементації Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 р. на основі підходу сталого розвитку показано координацію механізмів і

їхніх інструментів з напрямками стратегії розвитку туризму в Україні: безпека туристів, нормативно-правова база сфери туризму та курортів, розвиток туристичної інфраструктури, маркетингова політика розвитку туризму й курортів України, підтримка екосистеми курортів та етноспадщини України, розвиток людських ресурсів.

Висновки до розділу 3

1. Удосконалено концепцію управління розвитком туристичної галузі України, яка передбачає створення сприятливого ринкового середовища (умов) реалізації суб'єктами національного, регіонального й міжкордонного рівнів туристичної діяльності шляхом упровадження системи державного регулювання практичної реалізації напрямів політики підтримки туристичної галузі (дії інструментів (механізмів) прямого та непрямого впливу) відповідно до пріоритетних напрямів стратегії розвитку туристичної галузі й критеріїв її ефективності, підвищуючи рівень реалізації цільових програм туристичної галузі України.

2. Запропоновано організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України, який ґрунтується на системі послідовного здійснення суб'єктами туристичної діяльності та державними органами, органами місцевого самоврядування туристичних регіонів організаційно-управлінських і фінансово-економічних функцій з реалізації концепції розвитку туризму через заявлену стратегію шляхом імплементації програм та стратегії розвитку туристичної галузі з метою сформування сприятливих умов розвитку туристичної галузі.

3. Удосконалено науково-практичний підхід до посилення державного регулювання у сфері практичної реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який включає напрями державної політики регулювання

туристичної галузі: розробка й створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі; розробка та створення системи екологічної стандартизації й сертифікації туристичної діяльності; упровадження та забезпечення системи брендингу галузі й відповідної освіти у сфері туризму за критеріями ефективності надання туристичних послуг на ринку галузі (економічна й соціальна ефективність, екологічна ефективність цільових програм, креативність реалізації програм і заходів).

Список використаних джерел до розділу 3

1. Академічний тлумачний словник української мови у 11 томах. URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 12.02.2019).
2. Аналітична записка. Підсумки Всесвітнього економічного форуму в Давосі: висновки для України. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/378/> (дата звернення: 12.02.2019).
3. Балабанов И. Т. Экономика туризма: учеб. пособ. Москва: Финансы и статистика, 2003. 173 с.
4. Барна М. Ю., Тучковська І. І. Основні тенденції управління туристичною діяльністю в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2016. Вип. 20. С. 5–8.
5. Бедрок Н. О. Адміністративно-правове регулювання туристичною галуззю: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.07. Київ, 2010. 18 с.
6. Білотіл О. М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі Причорноморського регіону України: дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Харків, 2016. 236 с.
7. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект / за наук. ред. д. е. н. О. П. Крайник. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2011. 228 с.

8. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
9. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса. Одесса: Черноморье, 1997. 160 с.
10. Гнатів О. К. Проблеми розвитку вітчизняного туризму. *Економіка України*. 2006. № 5. С. 23–25.
11. Горбылева З. М. Экономика туризма: учеб.-практ. пособ. Минск: БГЭУ, 2007. 167 с.
12. Давиденко Л. І. Державне регулювання сфери туризму на обласному рівні: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Донецьк, 2006. 20 с.
13. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2016. 196 с.
14. Зайцев Ю. Випереджаючий економічний розвиток як субстанціональна основа сучасної конкурентної економіки. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 1. С. 16–22.
15. Килин О. В. Державне регулювання туристичної політики. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.15. С. 199–203.
16. Кіптенко В. К., Приходько А. І. Геопросторові аспекти формування мережі туристично-інформаційних центрів. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 4. С. 97–106.
17. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2008. 20 с.
18. Литвак Б. Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2019. 507 с.
19. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2014. № 2(2). С. 175–180.

20. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-тє вид., переробл. доп. Київ: Альтерпрес, 2005. 436 с.
21. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. ... канд. економ. наук: 08.00.03. Львів, 2017. 318 с.
22. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 2. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko_o2.htm (дата звернення: 12.02.2019).
23. Наумова С. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособ. Томск: Изд. ТПУ, 2003. 127 с.
24. Парфіненко А. Ю. Сутність поняття «туристична політика держави»: теоретичний аспект. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2013. № 1042. С. 119–123.
25. Про Стратегію сталого розвитку «Україна 2020»: Указ Президента від 12.01.2015 № 5/2015. URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення: 12.02.2019).
26. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 12.02.2019).
27. Про туризм: Закон України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 11.02.2015. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (дата звернення: 12.02.2019).
28. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.-nauka.com.ua/?op=1&z=6241> (дата звернення: 12.02.2019).
29. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособ. Москва: КноРус, 2007. 256 с.
30. Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П., Богадьорова Л. М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. Одеса: Одеський держ. економ. ун-т, 2011. 225 с.

31. Стойка С. О. Формування стратегії управління розвитком туристичної галузі в умовах економічної нестабільності: автореф. дис. ... канд. економ. наук: 08.00.03. Чернігів, 2016. 22 с.
32. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: від теорії до реалій. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку*: матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С. В. Мельниченко. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. С. 41–43.
33. Трохимець О. І., Шелеметьєва Т. В. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 4 (103). С. 70–78.
34. Туризм. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.02.2019).
35. Туристична політика зарубіжних країн: підручник / кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 220 с.
36. Урядовий портал. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501> (дата звернення: 12.02.2019).
37. Хахлюк А. М., Лук'янов А. В. Проблеми розвитку туризму в Україні в контексті сталого розвитку. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку*: матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С. В. Мельниченко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. С. 44–45.
38. Шатило О. А. Напрями державного регулювання туристичної галузі в Україні. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку*: матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 жовт. 2014 р.). Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. С. 60–61.
39. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії / за ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
40. Tourism Statistics. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current> (дата звернення: 12.02.2019).

ВИСНОВКИ

У ході дослідження розроблено теоретичні положення й надано практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України, а саме:

1. Визначено туристичну галузь як комплекс матеріально-речових, інформаційних, організаційних умов, що забезпечують надання туристичних послуг через виконання економічної функції туризму як галузі національної економіки в напрямках: стимулювання розвитку елементів інфраструктури національної економіки; збільшення дохідної частини бюджету за рахунок прямих і непрямих податків; залучення іноземної валюти й інвестицій; вплив на диверсифікацію економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму; забезпечення зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту населення.

2. Розвинуто підхід до інформаційно-методичного забезпечення управління розвитком туристичної галузі, який включає систему чинників впливу та показників, що вимірюють їх вплив: зміни у витратах і прибутку, зміна довгострокових темпів зростання галузі, вплив адміністративних органів і зміна політики уряду, соціальна значущість галузі, глобалізація галузі та її стійкість до економічного спаду виробництва в країні з метою оцінювання ефективності функціонування туристичної галузі.

3. Удосконалено підхід до оцінювання реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який передбачає доповнення контрольних показників за напрямками стратегії: нормативно-правова база (пріоритет подорожей та туризму, міжнародна відкритість, легкість ведення туристичного бізнесу); розвиток людських ресурсів (людські ресурси й ринок праці); маркетингова політика розвитку туризму та курортів (конкурентоспроможність цін, якість послуг, туристичний імідж, бренд)

для всебічного висвітлення результатів практичної реалізації заходів політики підтримки туристичної галузі.

4. Розвинуто систему заходів щодо вдосконалення державної політики підтримки туристичної галузі на основі закордонного досвіду, яка включає заходи щодо стимулювання розвитку туристичних центрів, а саме: створення та функціонування єдиної розгалуженої державної інформаційної й аналітичної платформи туризму; розвиток інформаційної політики та системи маркетингової комунікації з просування й позиціювання українського туристичного іміджу та бренду, аудит якості й легальності надання туристичних послуг і діяльності туристичних організацій; реалізація національної програми з поширення екотуризму, «зеленого» туризму тощо, які спрямовані на підвищення результативності стратегії розвитку туристичної галузі.

5. Удосконалено концепцію управління розвитком туристичної галузі України, яка передбачає створення сприятливого ринкового середовища (умов) реалізації суб'єктами національного, регіонального й міжкордонного рівнів туристичної діяльності шляхом упровадження системи державного регулювання практичної реалізації напрямів політики підтримки туристичної галузі (дії інструментів (механізмів) прямого і непрямого впливу) відповідно до пріоритетних напрямів стратегії розвитку туристичної галузі та критеріїв її ефективності, підвищуючи рівень реалізації цільових програм туристичної галузі України.

6. Запропоновано організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України, який ґрунтується на системі послідовного здійснення суб'єктами туристичної діяльності та державними органами, органами місцевого самоврядування туристичних регіонів організаційно-управлінських і фінансово-економічних функцій з реалізації концепції розвитку туризму через заявлену стратегію шляхом імплементацію програм та стратегії розвитку туристичної галузі з метою сформування сприятливих умов розвитку туристичної галузі.

7. Удосконалено науково-практичний підхід до посилення державного регулювання у сфері практичної реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який включає напрями державної політики регулювання туристичної галузі: розробка й створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі; розробка та створення системи екологічної стандартизації й сертифікації туристичної діяльності; впровадження та забезпечення системи брендингу галузі й відповідної освіти у сфері туризму за критеріями ефективності надання туристичних послуг на ринку галузі (економічна й соціальна ефективність, екологічна ефективність цільових програм, креативність реалізації програм і заходів).

ДОДАТКИ

Додаток А

Список публікацій здобувача

Статті в наукових фахових виданнях України та у виданнях, які включені до міжнародних інформаційних і наукометричних баз:

1. Заворуєва О. С. Закордонний досвід розвитку туристичних центрів країни. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2012. № 6. С. 319–324. (0,45 д. а.)

2. Заворуєва О. С. Статистичне вивчення тенденцій туристичних потоків України. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. 2015. Вип. 16. С. 173–180. (0,47 д. а.)

3. Заворуєва О. С. Рекреаційні зони в Україні: стан та перспективи розвитку. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. 2015. Вип. 17. С. 60–66. (0,44 д. а.)

4. Заворуєва О. С., Мазуренко О. К. Інформаційно-методичне забезпечення діяльності туристичної галузі в сучасних умовах. *Економічний аналіз*: зб. наук. пр. 2016. Т. 25. № 1. С. 45–50.

Особистий внесок здобувача: запропоновано систему чинників та показників, що вимірюють їх вплив на розвиток туристичної галузі. (0,43/0,21 д. а.)

5. Заворуєва О. С. Науково-практичні рекомендації щодо удосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 251–255. (0,43 д. а.)

6. Заворуєва О. С. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28. Ч. 1. С. 218–222. (0,41 д. а.)

Матеріали наукових конференцій:

7. Zavorueva O. S. Tourism as a target of statistical research. *Statistics of the XXI Century: New Challenges, New Opportunities. Proceeding of the international*

scientific conference. Kyiv: Taras Shevchenko national university of Kyiv, 2015, P. 50–51. (0,10 д. а.)

8. Заворуєва О. С. Статистика туризму: тенденції розвитку. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали VI Міжнар. ювілейної до 55-річчя ЧДТУ наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2015. Т. 1. С. 96–99. (0,11 д. а.)

9. Заворуєва О. С. Перспективні напрямки розвитку сільського зеленого туризму України. *Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес*: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2015. С. 221–224. (0,12 д. а.)

10. Заворуєва О. С. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. *Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016. Т. 1. С. 113–114. (0,10 д. а.)

11. Заворуєва О. С. Вплив туризму на світову економіку. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2017. Т. 1. С. 214–217. (0,11 д. а.)

12. Zavorueva O. S. Analysis of statistics information support of tourism in Ukraine Statistics of the XXI Century: New Challenges, New Opportunities. *Proceeding of the international scientific conference*. Kyiv: Taras Shevchenko national university of Kyiv, 2017. P. 63–64. (0,12 д. а.)

Таблиця Б.1

**Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України
за 2014–2018 рр.**

Показники	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
Юридичні особи					
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	2198	1785	1838	1743	1833
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	9834	8086	8545	8190	8934
з них	4475	3735	3723	х	х
мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	7067	5835	6219	3379	3531
жінки	3462	2517	2442	5917	6548
особи до 30 років	5432673,4	4797731,6	11522520,4	2139	2192
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	153971,5	43214,2	39939,5	18502975,3	21069268,5
у тому числі від екскурсійної діяльності	394528,7	771181,7	542977,5	57565,5	89220,9
Сума комісійних, агентських і інших винагород, тис.грн	5104476,7	4513433,2	9144060,3	708966,0	969551,5
Операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг - усього, тис.грн	2152795,9	746488,8	7348522,9	14900951,3	17925877,5
у тому числі	224245,5	255051,3	290058,7	х	х
матеріальні витрати	83249,8	78460,3	61463,3	12441524,7	14386905,0
витрати на оплату праці	21268,4	20509,8	26135,3	412343,6	567112,9
відрахування на соціальні заходи	2622917,1	3412923,0	1417880,1	91569,4	123291,4
суми нарахованої амортизації	2198	1785	1838	699429,9	729848,4
інші операційні витрати	9834	8086	8545	1256083,7	2118719,8
Фізичні особи-підприємці					
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	1687	1397	1668	1726	2460
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	1679	1502	1867	2101	2943
з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	771	694	763	823	1067
Середня кількість позаштатних працівників (працюючі за договорами та зовнішні сумісники), осіб	38	38	70	65	96
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	827	668	856	880	1363
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	133971,1	217617,6	413161,3	519654,3	556652,4

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [34].

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ
РОЗПОРЯДЖЕННЯ

від 16 березня 2017 р. № 168-р

Київ

**Про схвалення Стратегії розвитку
туризму та курортів на період до 2026 року**

1. Схвалити Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, що додається.

2. Міністерству економічного розвитку і торгівлі разом з іншими заінтересованими центральними та місцевими органами виконавчої влади щороку розробляти і затверджувати плани заходів щодо реалізації Стратегії, схваленої цим розпорядженням.

3. Визнати таким, що втратило чинність, розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088 “Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів” (Офіційний вісник України, 2008 р., № 60, ст. 2041).

Прем'єр-міністр України

В. ГРОЙСМАН

Інд. 67

СХВАЛЕНО

розпорядженням Кабінету Міністрів України
від 16 березня 2017 р. № 168-р

СТРАТЕГІЯ

розвитку туризму та курортів на період до 2026 року

Загальна частина

За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків. У 2015 році частка міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4 відсотка і становила 1184 млн. туристів.

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки.

Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей

країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як “гаряча точка”.

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб’єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформулювати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв’язання системних проблем у сфері туризму та курортів — це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є:

забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;

концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;

створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;

удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;

сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;

удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;

запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;

популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;

розвиток туристичних територій.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Мета, стратегічні цілі та завдання Стратегії

Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного

розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Основними завданнями Стратегії є:

здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;

забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;

об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;

гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави.

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових:

галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), а саме:

- туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);
- послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);
- транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);
- туристичні інформаційні центри;
- музеї та галереї;
- театри, арени, клуби;
- конгрес-холи і конференц-центри;
- заклади громадського харчування;

- спортивні арени;
- торгові центри, магазини, сувенірні лавки;
- IT-компанії;
- страхові компанії;
- медіа-компанії;

територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), а саме:

- північ, південь, схід, захід, центр;
- області;
- райони;
- територіальні громади;
- курорти;
- туристичні території;

секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:

- міський туризм;
- екологічний (зелений);
- етнічний;
- сільський;
- культурно-пізнавальний;
- подієвий;
- медичний, лікувально-оздоровчий;
- гастрономічний;
- релігійний;
- гірський, спортивний, велосипедний;
- пригодницький та активний;
- науковий та освітній;
- круїзний та яхтовий;
- шопінг та розважальний туризм;
- інші пріоритетні види туризму.

Дорожня карта та напрями реалізації Стратегії

Основними напрямками реалізації Стратегії є:

за напрямом “Безпека туристів”

забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг шляхом:

- надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі;
- створення “гарячої” телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів, у тому числі іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги;
- проведення моніторингу надзвичайних подій, що трапляються з туристами в регіонах;
- посилення відповідальності суб’єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг;

за напрямом “Нормативно-правова база сфери туризму та курортів”

імплементация законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом:

- розроблення пропозицій щодо внесення змін до Законів України “Про туризм” та “Про курорти”;
- розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації),

заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії (щодо створення режиму сприяння для залучення інвестицій у розбудову туристичної індустрії);

- приведення у відповідність з міжнародними вимогами методів статистики у сфері туризму та курортів та впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;

- візової лібералізації та спрощення візових процедур для туристів із країн, що є цільовими ринками для України;

- актуалізації діючих та укладення нових міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму та курортів;

- розроблення і затвердження порядку створення і ліквідації туристичних представництв України за кордоном;

гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом:

- забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань у сфері туризму та курортів;

- впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсиводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо;

- визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів;

лібералізація та ефективне регулювання провадження підприємницької діяльності у сфері туризму та курортів шляхом:

- скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку;

- скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення;

- створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу у сфері туризму та курортів;

за напрямом "Розвиток туристичної інфраструктури"

забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом:

- проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах;

- підготовка каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам;

- участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів;

- визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів;

забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення;

забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом:

- регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень);

- створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;

- збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності;

- проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення;

- сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту;

за напрямом “Розвиток людських ресурсів”

- удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг шляхом:

- комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання у сфері туризму та курортів з урахуванням виявлених потреб;

- гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, які забезпечують підготовку фахівців у сфері туризму та курортів, і стандартів професійної підготовки;

- затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу;

- залучення населення до популяризації туризму;

- забезпечення наукового супроводження та досліджень у сфері туризму та курортів, запровадження прогресивних інноваційних розробок шляхом:

- заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу у сфері туризму та курортів за результатами проведення конкурсів на регіональному та галузевому рівні;

за напрямом “Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України”

- формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом:

- розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту;

- маркетингового просування офіційного туристичного бренду України;

- створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу “Відвідай Україну” (“Visit Ukraine”) із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України;

- розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості нашої держави;

- презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо;

- становлення інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

- формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів, що сприятиме зростанню попиту на туристичні послуги, збільшенню надходжень від реалізації туристичних послуг до державного та місцевих бюджетів шляхом:

- створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території);

- створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму та курортів, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для

відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів;

- забезпечення інформаційного супроводження реалізації державної політики у сфері туризму та курортів.

Механізми та інструменти реалізації Стратегії

Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Правовий механізм орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації Стратегії принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання.

Основними складовими організаційного механізму є:

план заходів з реалізації Стратегії, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення цілей Стратегії шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;

цільові та регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів;

договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом:

використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь;

надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції;

сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі;

впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом.

Обсяг фінансування Стратегії визначається з урахуванням конкретних завдань та у межах коштів, передбачених державним бюджетом на відповідний рік.

Моніторинг реалізації Стратегії

Однією з умов успішної реалізації Стратегії є розроблення і впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників розвитку. Крім того, проводиться постійне порівняння результатів її реалізації у частині досягнення цілей Стратегії та регіональних стратегій розвитку.

Реалізація положень Стратегії, виконання плану заходів, моніторинг стану їх виконання здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Моніторинг реалізації Стратегії проводить Мінекономрозвитку. До проведення моніторингу з метою дотримання об'єктивності та неупередженості залучаються громадські організації, незалежні інститути та експерти.

Інститути громадянського суспільства здійснюють контроль за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації Стратегії, зокрема шляхом проведення громадської експертизи проектів нормативно-правових актів та концептуальних документів з питань розвитку сфери туризму та курортів.

Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування планів заходів з реалізації Стратегії.

Показники реалізації Стратегії

Для оцінки стану розвитку сфери туризму та курортів в Україні та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, використовуються контрольні показники розвитку, результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, інші дані центральних органів виконавчої влади та індекси міжнародних рейтингів розвитку туристичної галузі.

За результатами реалізації Стратегії необхідно досягти таких контрольних показників:

Контрольні показники розвитку сфери туризму
та курортів в Україні

Найменування показника розвитку	За роками				Примітка
	2015	2019	2022	2026	
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	за вихідні показники взято показники 2015 року
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників:

збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році;

збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році;

забезпечення діяльності інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій);

функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;

впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;

заснування десяти туристичних представництв за кордоном;

лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

Очікувані результати

Реалізація Стратегії дасть змогу:

підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;

підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;

створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

Додаток Г

Таблиця Г.1

Моделі державного регулювання туристичної діяльності¹

Модель	Країна застосування	Характеристика моделі
Перша модель (ринкова)	США	Така модель управління індустрією туризму була реалізована в США у 1997 році, коли було ліквідовано державну структуру U.S.Travel and Tourism Administration (USTTA), яка відповідала за розвиток туризму в країні. Однією із причин ліквідації організації було скорочення витрат федерального бюджету, стійкі позиції американської туристичної галузі на міжнародному рівні (туристична привабливість), а також наявність потужних приватних підприємств, які здатні ефективно самостійно здійснювати маркетингові заходи для реклами усього національного туристичного ринку та привабливості іноземних туристів. Переважають інструменти непрямого впливу.
Друга модель	Єгипет	Єгипет є лідером серед країн на африканському континенті за відвідуванням туристів. Розвиткові туристичної індустрії сприяло прийняття державною владою закону, який надав право іноземним компаніям, зокрема американським та британським підприємствам, вкладати свої кошти у промисловість, енергетику, туризм, транспорт і міське господарство, що призвело уже через 15 років до високих показників. Так, доходи від туризму перевищували доходи від судноплавства в Суецькому каналі та становили 2 млрд дол. США. Таку туристичну політику уряду називали «інфітах». Найбільш використовуваними інструментами є прямі.
	Туреччина	Подібним чином розвивалася туристична галузь у Туреччині, де урядом було розроблено п'ятирічні плани, а до бюджету з кожним роком збільшувалися надходження. В урядових планах туризм проголошувався галуззю, що має приносити прибутки до бюджету країни, а узбережжя Баликесир та Анталія були визнані пріоритетними для розвитку туристичної інфраструктури. Так, на початку 1980 років було прийнято Закон про заохочення, у якому йшлося про стимулювання туристичного бізнесу в країні, встановлювалися пільгове кредитування та пільги на тарифні ставки щодо водопостачання, енергетику та газ, звільнювали суб'єктів туристичної діяльності від податків та мит. Крім того, урядом було взято курс на розвиток приватного сектору шляхом приватизації, відмови від регулювання цін, у результаті чого почали створюватися вільні економічні зони. Так, залучивши іноземні інвестиції (переважно німецькі) було побудовано та реконструйовано готельні комплекси, транспорті сполучення, особливу увагу звертаючи сфері обслуговування, підвищення кваліфікаційного рівня робітників. Спостерігається поєднання інструментів прямого і непрямого регулювання туристичною діяльністю.
Третя модель (європейська)	Франція	Питаннями державного регулювання туристичної діяльності вирішує Міністерство транспорту та суспільних робіт, а також Рада з туризму при міністерстві, агентство туристичного інжинірингу, національна наглядова рада з туризму, Національне агентство з питань відпускних подорожей, Національний комітет з процвітання Франції. Французька асоціація «Maison de la France» займається просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародному рівні, вміщуючи у собі понад 200 співробітників, налічуючи 31 представництво у 26 країнах світу. Асоціація була створена на початку 90 років XX ст. на підставі

		угод про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами та організаціями, а також готелями. Переважають інструменти прямого впливу.
	Велика Британія	Туристичну діяльність у Великій Британії регулює Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, до складу якої входить орган «VisitBritain», який здійснює координацію туристичної діяльності, залучення іноземних туристів до країни, надає платні консалтингові послуги, займається маркетинговою діяльністю щодо просування туристичного продукту на міжнародні ринки, здійснюючи рекламні заходи (відеофільми, відеоролики, путівники для мандрівників, тощо). Застосування непрямих інструментів державного регулювання туристичною діяльністю у Великій Британії.
	Італія	З метою розвитку туристичної сфери та сфери гостинності в Італії прийнято Закон з розвитку та удосконалення туризму, де чітко виділені органи управління туристичною галуззю, зазначено класифікацію готельного господарства, умови щодо здійснення тур операторів визначаються заходи щодо державної підтримки даної галузі в країні. В Італії спостерігається застосування прямих інструментів впливу держави на туристичну галузь.
	Іспанія	Туристична індустрія Іспанії активного розвитку набула у 1960 - х рр., коли уряд визнав туризм основним сектором розвитку економіки країни, проводячи політику заохочення, стимулюючи будівництво готельних комплексів шляхом надання позик, створюючи сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій, підтримуючи приватний сектор, що призвело за 10 років до збільшення туристичних потоків у четверо. Туристичну діяльність у країні регулює Міністерство економіки, основними завданнями якого є ліцензування та сертифікація послуг, розробка стратегії розвитку туристичного національного продукту, а також інші підлеглі до нього установи, зокрема: державний секретаріат з питань торгівлі, центральна дирекція з туризму, готельна мережа «Paradores» та інститут туризму «Turespasa», який згідно із даними фінансується із державного бюджету. Переважають інструменти непрямого впливу державного регулювання туристичною діяльністю в Іспанії.
Четверта модель (змішана)	Малайзія	Туризм є третім за важливістю джерелом надходжень для країни; туристична політика здійснюється Комітетом по розвитку туризму, що створений при Кабінеті Міністрів Малайзії та включає до свого складу профільні міністерства, представників туристичної індустрії, керівництво національних туристичних компаній (нині Міністерство туризму). Інструментами здійснення державної підтримки розвитку туристичної діяльності в країні є непрямі методи, а саме: спрощення візового режиму, підвищення кваліфікації робітників туристичної та суміжних сфер (митниця, імміграційна служба, служба безпеки країни, адже перше враження у туриста формується уже при реєстрації в країні), звільнення перші п'ять років від сплати податків усіх новозбудованих готельних комплексів.

Примітка. Захарова С. Г. Державне регулювання інфраструктури туризму в Україні. *Держава та регіони*. Запоріжжя, 2009. Вип. 1. С. 64–69; Мальська М. П., Пандяк І. Г., Занько Ю. С. Організація готельного обслуговування: підручник. Київ: Знання, 2011. 366 с.; Папирян Г. А. Економіка туризму. Москва: Финансы и статистика, 2000. 208 с.; Соловйова О. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (Європейський досвід). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/solovjova2.htm (дата звернення: 12.02.2019); Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму. *Вісник КНТЕУ*. 2004. № 6. С. 80–85.

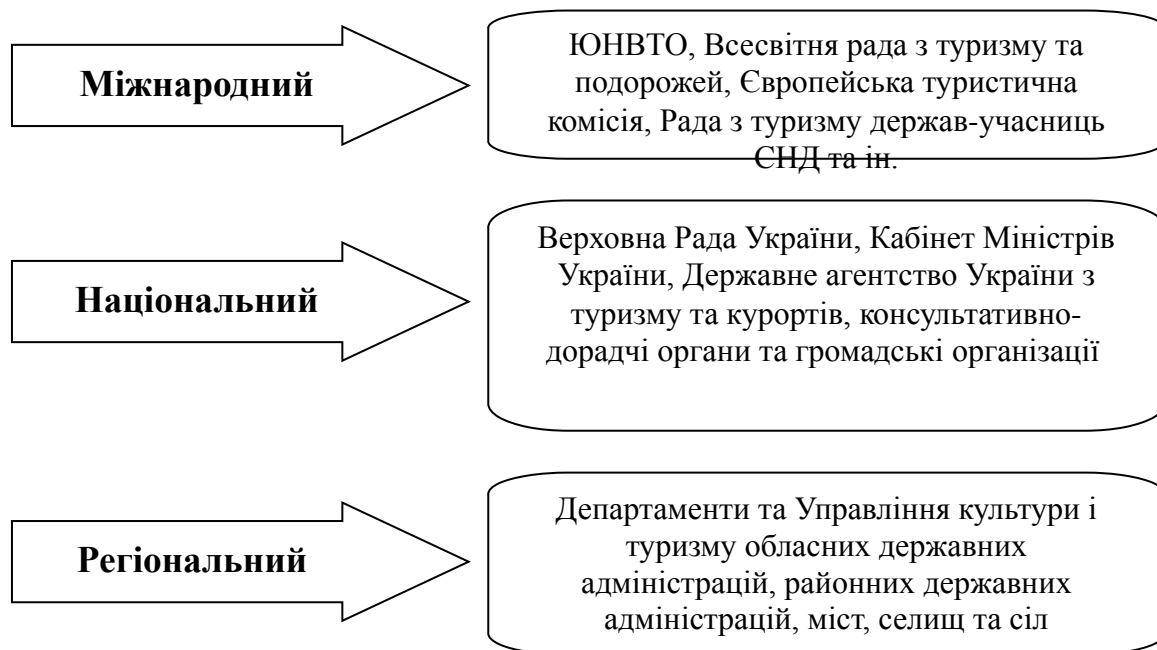


Рис. Д.1. Рівні формування та реалізації туристичної політики держави в Україні

Джерело: за матеріалами [14]

Довідки про впровадження



УКРАЇНА

**ЗАПОРІЗЬКА МІСЬКА РАДА
ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

пр. Соборний, 206, м. Запоріжжя, 69105, тел: (061) 224-69-03, факс: (061) 224-19-78
e-mail: der_zpl@ukr.net Код ЄДРПОУ 37573157

№ 14-263 від 05.02.2019 р.**ДОВІДКА**

**про впровадження результатів наукового дослідження
Заворусвої Олени Сергіївни «Удосконалення стратегії управління
розвитком туристичної галузі України», поданої на здобуття наукового
ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 -
економіка та управління національним господарством**

Наукові результати дослідження «Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України», отримані Заворусвою О.С., набувають науково-методичного та практичного значення у вирішенні питань вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України.

Науково-практичний інтерес викликає організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України, який ґрунтується на системі послідовного здійснення суб'єктами туристичної діяльності та державними органами, органами місцевого самоврядування туристичних регіонів організаційно-управлінських і фінансово-економічних функцій з реалізації концепції розвитку туризму через заявлену стратегію, шляхом імплементації програм та стратегії розвитку туристичної галузі.

Пропозиції та висновки дисертаційної роботи впроваджені Департаментом економічного розвитку Запорізької міської ради.

Директор департаменту



Н.В. Новак



**ЗАПОРІЗЬКА
ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА**
ZAPORIZHZHYA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY



6-р Центральний, 4 м. Запоріжжя, Україна, 69005
Тел.: (061) 213-50-24 Тел./факс: (061) 233-11-72

E-mail: cci@cci.zp.ua
http://www.cci.zp.ua

4 bd. Tsentralnyi, Zaporizhzhia, Ukraine, 69005
Tel.: +38 (061) 213-50-24 Tel./fax: +38 (061) 233-11-72

№ 446 від 25.08.2019 р.

ДОВІДКА

про впровадження наукових результатів дисертаційної роботи
Заворуєвої Олени Сергіївни «Удосконалення стратегії управління розвитком
туристичної галузі України», поданої на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Пропозиції автора щодо вдосконалення державної політики підтримки туристичної галузі на основі закордонного досвіду, яка включає заходи щодо стимулювання розвитку туристичних центрів, а саме: створення й функціонування єдиної розгалуженої державної інформаційної та аналітичної платформи туризму; розвиток інформаційної політики й системи маркетингової комунікації з просування та позиціонування українського туристичного іміджу й бренду, аудит якості та легальності надання туристичних послуг і діяльності туристичних організацій; реалізація національної програми з поширення екотуризму, «зеленого» туризму, використані в практичній діяльності Запорізької торгово-промислової палати.

Практичне застосування має підхід до посилення державного регулювання у сфері практичної реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України, який включає напрями державної політики регулювання туристичної галузі: розробка та створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі; розробка й створення системи екологічної стандартизації та сертифікації туристичної діяльності; упровадження й забезпечення системи брендингу галузі та відповідної освіти у сфері туризму відповідно до критеріїв ефективності.

Віце-президент ЗТПП
д.е.н.



Д.А. Антонюк

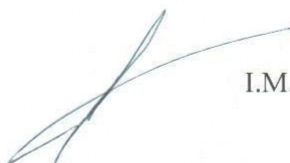
ЗАПОРІЗЬКА МІСЬКА РАДА**Депутат Запорізької міської ради сьомого скликання****Чумаченко Ігор Миколайович**№ 149/1 від 11.12.2018 р.

Довідка про впровадження
окремих положень і розробок дисертаційної роботи
Заворуєвої Олени Сергіївни «Удосконалення стратегії управління розвитком
туристичної галузі України», яку подано на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Видана Заворуєвій Олені Сергіївни й засвідчує, що її дослідження на
тему «Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі
України» містить нові науково-обґрунтовані результати щодо управління
розвитком туристичної галузі країни, зокрема вдосконалення стратегії
управління розвитком туристичної галузі України, що є надзвичайно
актуальним зокрема для м. Запоріжжя.

Пропозиції щодо концепцію управління розвитком туристичної галузі
України, яка передбачає створення сприятливого ринкового середовища
(умов) реалізації суб'єктами національного, регіонального й міжкордонного
рівнів туристичної діяльності шляхом упровадження системи державного
регулювання практичної реалізації напрямів політики підтримки туристичної
галузі (дії інструментів (механізмів) прямого й непрямого впливу) відповідно
до пріоритетних напрямів стратегії розвитку туристичної галузі та критеріїв
її ефективності, враховані при розробленні цільових програм розвитку м.
Запоріжжя.

Депутат міської ради



І.М. Чумаченко

**Класичний
Приватний
Університет**

Україна, 69002 тел. (061) 764-57-15
м. Запоріжжя, (0612) 63-99-73
Жуковського, 70 "Б" факс (061) 764-57-15
(061) 220-10-02



**CLASSIC
PRIVATE
UNIVERSITY**

70 "B", Zhukovskogo st., tel. (061) 764-57-15
69002 Zaporizhja, (0612) 63-99-73
UKRAINE fax (061) 764-57-15
(061) 220-10-02

№ 964

"26" "03" 20 18 р.

ДОВІДКА

**про впровадження результатів наукового дослідження
Заворуєвої Олени Сергіївни «Удосконалення стратегії управління
розвитком туристичної галузі України», у навчальному процесі
Класичного приватного університету**

Основні положення та результати дисертації Заворуєвої О.С. за темою «Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України», використовують у навчальному процесі при підготовці фахівців з напрямів 051 – «Економіка», 07 – «Управління та адміністрування» під час викладання дисциплін «Теорія галузевих ринків», «Національна економіка», «Регіональна економіка», «Менеджмент європейської інтеграції».

Ректор Класичного
приватного університету



[Signature]
В.М. Огаренко