

ВСТУПНЕ СЛОВО ПРЕЗИДЕНТА СПІЛКИ ЕКОНОМІСТІВ УКРАЇНИ ОСКОЛЬСЬКОГО В.В. ПІД ЧАС ВІДКРИТТЯ ХІ ПЛЕНУМУ

Шановні пані і панове – члени Правління Спілки економістів України та запрошені гості нашого Пленуму!

На розгляд сьогоднішнього засідання Правління Спілки економістів України, що згідно зі статутом Спілки проводиться щорічно у формі Пленуму, винесено одне питання, а саме: «Про перспективи, проблеми і завдання розвитку сфери туризму і рекреації в Україні». Президія Спілки запропонувала Правлінню розглянути це питання саме цього року не випадково. Його актуальність слідує із розвитку процесів глобалізації та ролі сфери туризму у світовій і національній економіці.

Більше того, 2017 рік резолюцією №70/193 Генеральної Асамблеї ООН оголошений «Міжнародним роком сталого туризму в інтересах розвитку».

Цей рік надав всім зацікавленим сторонам унікальну можливість для більш глибокого усвідомлення непересічного вкладу туристичного сектора в економічну, соціальну та екологічну сталість, а також для підвищення обізнаності про справжні розміри і потенціал сектора туризму.

Логічною у такий рік і надзвичайно важливою для розвитку туризму у глобальному вимірі стала подія, яка зібрала понад 1300 делегатів з понад 130 країн у китайське місто Ченду. Мова йде про 22 сесію Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації ООН (скорочено – ЮНВТО), що працювала два тижні тому з 13 по 16 вересня.

Не вдаючись у деталі, хочу лише відзначити, що цей всесвітній форум увійде в історію як такий, що прийняв два історичної ваги документи:

- Чендунську декларацію про туризм і цілі у сфері сталого розвитку;

- Рамкову конвенцію з етики туризму ЮНВТО, яка заснована на Глобальному етичному кодексі туризму і є першою міжнародною угодою в історії ЮНВТО, що сприятиме розвитку відповідального, сталого і загальнодоступного туризму шляхом втілення в життя етичних принципів в туризмі. Завдяки Конвенції етичні принципи в туризмі набувають статусу юридично зобов'язуючих міжнародних норм.

Дозвольте нагадати, що позавчора світ відзначив Всесвітній день туризму, з чим я Вас вітаю, бо кожен з нас свого часу мав можливість бути у ролі туриста і мандруватиме у майбутньому, до того нинішнього, сподіваюсь, плідною дискусією, ми прагнемо внести свій вклад у розвиток цієї економічно потужної, пізнавально-привабливої, людяної і приємної для тіла і душі галузі.

До речі, це свято в Україні було додатково закріплено Указом Президента України від 21 вересня 1998 р. № 1047/98, носить назву «День туризму» і відзначається також 27 вересня.

Перед тим, як ми заслухаємо доповідь з питання, винесеного на розгляд Пленуму, дозвольте коротко зупинитись на його актуальності як у світовому масштабі, так і для розвитку економіки України.

XXI століття увійде в історію як період надзвичайно масштабних і далекосяжних змін до усталених умов життя кожного жителя планети. Глобалізація та тотальне поширення комунікаційних можливостей створюють небачені раніше умови для розвитку всіх сфер суспільного життя. Це стосується і галузі туризму, яка стрімко зростає за всіма параметрами.

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), кількість іноземних туристів, що відвідали різні країни світу, зросла лише у нинішньому столітті майже в 4,5 раза – з 278 млн осіб у 2000 р. до понад 1,2 млрд осіб у 2016 р.

За останні п'ять років міжнародний туризм зростає швидше, ніж міжнародна торгівля. У минулому році міжнародний туризм, включаючи доходи в місцях відвідування та від пасажирського транспорту, склав 7% експорту всіх товарів і послуг (або 30% світового експорту послуг).

Загальний внесок туризму і подорожей у глобальну економіку склав у минулому році 7,6 трильйона доларів США, або 10,2% світового ВВП, і прогнозується його зростання на 3,9% щорічно на наступні 10 років.

Важливим аспектом соціальної ролі туризму є його стимулюючий вплив на зайнятість. За минулий рік у цій галузі у світі створено 108,7 млн робочих місць, що складає 3,6% від загальної чисельності зайнятих.

Аналогічні за динамікою позитивні показники розвитку туризму спостерігаються і в Україні. У минулому році загальні надходження від туризму в доход країни склали 128,5 млрд грн, або 5,6% валового внутрішнього продукту, експерти міжнародних організацій у сфері туризму прогнозують для України зростання такого внеску на 2,9% щорічно на найближчі 10 років.

Протягом 2016 р. у сфері подорожей та туризму України було безпосередньо задіяні 247 тисяч робочих місць, або 1,3% загального числа зайнятих.

За даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 році до України в'їхало в якості туристів 13,6 млн іноземних громадян, що на 5,6 % більше, ніж у 2015 р., з них 95,3% прибули до України з приватною метою, що на 12,5% більше, ніж у 2015 році.

Спостерігається стабільний приріст виїзного туризму. Протягом 2016 р. здійснили подорожі за кордон 24,7 мільйона українських туристів, що на 6,5% більше, ніж у 2015 р., з них 98,5% подорожували до країн світу з приватною метою, що на 6,6% більше ніж у 2015 р.

Ці показники свідчать як про істотний економічний вклад туризму у національну економіку, так і про його системне соціальне значення для забезпечення якості життя населення країни.

Сфера туризму пов'язана з діяльністю кілька десятків інших 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.

Конференція ООН зі сталого розвитку «РІО+20» у червні 2012 р. визнала, що «ретельно спланована і регульована діяльність у сфері туризму може вносити значний вклад в рамках усіх трьох компонентів стійкого розвитку (економічного, соціального і екологічного), тісно пов'язана з іншими секторами і може забезпечувати створення гідних робочих місць та відкривати можливості у сфері торгівлі».

Наша держава зробила багато кроків в напрямі планування, організаційного та правового забезпечення туристичної діяльності як складової сталого розвитку. Зокрема, Україна приєдналася до співробітництва з європейськими країнами, передбаченого Угодою про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, з метою «зміцнення розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі як генератора економічного зростання і стимулювання економіки, зайнятості та валютних надходжень».

Таке співробітництво, відповідно до Угоди, має ґрунтуватися на принципах поваги до самобутності та інтересів місцевих громад, особливо у сільській місцевості, важливості культурної спадщини та чіткої взаємодії між туризмом та захистом навколишнього середовища.

Історично важливим кроком в напрямі стратегічного планування з метою реалізації потенціалу туризму як інструмента сталого розвитку України є підготовлена Мінекономрозвитку і представлена 15 вересня 2017 р. Урядом України Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна».

Доповідь такого рівня є першою в Україні і містить завдання, що відповідає тематиці роботи нашого Пленуму, а саме: «забезпечити розробку і реалізацію стратегій місцевого розвитку, спрямованих на економічне зростання, створення робочих місць, розвиток туризму, рекреації, місцевої культури і виробництво місцевої продукції».

Прогресивною і актуальною з точки зору сталого розвитку тезою Доповіді є те, що забезпечення зростаючих соціальних потреб населення України (в тому числі туристичних) за рахунок ефективної економічної діяльності не має виходити за межі екологічної ємності довкілля. Таким чином, людина, користуючись благами цивілізації та довкілля, має свідомо і відповідально ставитися до всіх ресурсів (матеріальних і нематеріальних), які слугують задоволенню її туристичних потреб.

Таке ставлення не створюється ані нормативними актами, ані державним примусом, а формується як невід'ємна частина світосприйняття людини, як її внутрішнє переконання, та, якщо можна так сказати, як одна із рис її совісті. Воно зростає в середовищі визнання глобальних цінностей, виховується під час навчання та роботи і підтримується діями суспільства та його етичним і культурним наповненням.

При цьому, виняткова роль відводиться інститутам громадянського суспільства, які мають стати осередками творення антропоцентричної, гуманістичної та особистісної ідеології суспільного світогляду. Ідеології глибокого пізнання

світу, свідомого і гідного життя у ньому і відповідальності за свої дії перед майбутніми поколіннями.

Цибух В.І.

канд. філософ. наук,
доцент Київського університету
туризму, економіки і права,
Надзвичайний і Повноважний Посол України

Федорченко В.К.

(співдоповідач)

д. пед. наук, професор,
ректор Київського університету туризму, економіки і права,
президент Асоціації працівників навчальних закладів
України туристського і готельного профілю,
Член Правління Спілки економістів України

ПРО ПЕРСПЕКТИВИ, ПРОБЛЕМИ І ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ

Доповідь на XI Пленумі Правління

Спілки економістів України 29 вересня 2017 р.

Шановні учасники Пленуму Спілки економістів України!

Щиро дякую керівництву Спілки і особисто Валентину Володимировичу Оскольському за вибір актуальної теми для обговорення щодо розвитку туризму в Україні, як економічної галузі.

Символічно і те, що обговорюємо це питання на авторитетному зібранні економістів України (в дні коли ми відмічаємо Всесвітній день туризму та День туризму в Україні, з чим я Вас вітаю).

Маю честь і велику відповідальність доповісти Вам про перспективи, проблеми та наше бачення розвитку сфери туризму і рекреації в Україні.

Без перебільшення скажу, що ця проблема економічного та соціального зростання має величезне значення для багатьох країн світу.

Власне – за рахунок туризму чимало країн живуть і процвітають. Я вже не кажу про формування позитивного іміджу завдячуючи розвитку туристичної сфери, наприклад, Іспанія, Туреччина, Греція, Франція, США, Тайланд, тощо.

У XX столітті загалом відбулася справжня туристська революція, яка, за твердженням Всесвітньої туристської організації (ВТО ООН), «такою ж мірою творча і важлива, як і індустріальна революція, що почалася двома століттями раніше».

Завдяки стрімким темпам зростання, наприкінці XX століття туристська галузь стала однією з провідних галузей світової економіки. Про це свідчить те, що на частку туризму припадає близько 12% світового валового продукту, понад 30% обсягів послуг та 11% споживчих витрат, 7% обсягу інвестицій та 5% податкових надходжень.

Дедалі більша кількість країн на державному рівні визнали, що туризм є основною рушійною силою, стабільним чинником соціально-економічного прогресу за рахунок експортних доходів, створювачем робочих місць і підприємств, фактором розвитку інфраструктури, що входить у протиріччя з відсутністю державного регулювання. За останні шість десятиліть туризм пізнав подальшої диверсифікації, ставши одним з найбільш динамічно зростаючих секторів економіки в світі.

Саме туризм часто є каталізатором, що спричиняє як активний розвиток окремих галузей економіки, так і загальний соціально-економічний розвиток цілих країн. Усе це свідчить: туристська галузь, завдяки її значному впливу на економічний та соціальний розвиток країни, має регулюватися державою і бути під пильним контролем громадськості.

Справжній вибух туризму в світі спричинили три глобальні чинники: зростання купівельної спроможності;

побільшання вільного часу, широке розповсюдження приватного автотранспорту та поява дешевих авіаперевезень.

Процеси глобалізації свідчать про те, що туризм, як напрямок міжнародної торгівлі послугами, є невід'ємною частиною цивілізованого суспільного розвитку. Думаю, буде не зайвим нагадати учасникам Пленуму, що туризм виступає як галузь, що надає експортні послуги не переміщуючи товар (послуги) за межі нашого кордону. Міжнародний туристський ринок виступає в якості потужного фактора соціально-економічного розвитку країни, забезпечуючи стимулювання притоку іноземних надходжень, підвищення рівня зайнятості населення, його добробуту та розширення міжособистісних контактів.

З 2016 р. число міжнародних туристських прибуттів досягло в цілому у світі 1,235 млрд, що на 4% перевищує показники минулого року (для порівняння: в 1950 р. – 25 млн осіб подорожувало). Цей результат свідчить про стійке зростання міжнародних туристських прибуттів вже сьомий рік поспіль після глобальної економічної кризи (2009 р.). Подібних періодів безперервного стійкого зростання в світі не спостерігалось з 60-х років минулого століття. Дані за перші місяці 2017 р. підтверджують, що ця тенденція залишається: з січня по квітень число міжнародних туристських прибуттів зросло на 6%, а індекс довіри в ділових колах досяг найвищого рівня за десятиліття, згідно з збірником міжнародного туризму ВТО за червень 2017р.

З урахуванням доходів, отриманих від міжнародного пасажирського транспорту, загальний обсяг експорту, пов'язаного з міжнародним туризмом, досяг в 2016 р. 1,4 трильйона дол., що становить 7% від загального обсягу міжнародної торгівлі (30% від експорту послуг) – туризм став третьою за значенням експортною категорією в світі після хімічної і паливної промисловості, випередивши автомобільну та харчову промисловість. *За останні п'ять*

років туризм зростає швидшими темпами, ніж світова торгівля в цілому.

На тлі все більшого зростання ролі туризму в світі, сучасний розвиток вітчизняного туризму характеризується наявністю глибоких протиріч. З одного боку, країна володіє багатими природно-географічними та історико-культурними туристськими ресурсами, сформована і функціонує багатоукладна туристично-рекреаційна галузь, зростає кількість туристських організацій, розвиваються соціально-орієнтовані види туризму і т.д. З іншого боку, туристські ресурси нерівномірно розподілені і використовуються на низькому рівні, раніше досягнуті обсяги в'їзних туристичних потоків падають, темпи розвитку внутрішнього та виїзного туризму є незначними і нестійкими.

Реальна ситуація, яка за останні роки склалася в країні, вкрай негативно вплинула на сферу туристського господарювання. При тому, що Україна за своїм рекреаційним потенціалом має унікальні можливості, які можуть стати одним з основних джерел наповнення державного бюджету, – вони на сьогодні не використовуються. Необхідно розпочати з вирішення ключових питань на державному рівні, враховуючи світовий досвід.

Так, за даними Всесвітнього економічного форуму, що опублікував рейтинг країн світу за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017), Україна в минулому році отримала оцінку в 3,5 бали з семи можливих і опинилась за привабливістю для туристів на 88 місці, щодо екології на 98 місці, авіаційній інфраструктурі – 79 місці, портової інфраструктури – 81 місці, туристичному сервісу – 71 місці, а щодо інвестицій у туристичний бізнес наша країна на 124 місці.

Аналіз показників рейтингу дає можливість оцінити конкурентоспроможність в індустрії туризму та визначити перешкоди, які заважають сталому розвитку сфери.

Цього року рейтинг охопив 136 країн світу.

Перше місце у рейтингу посіда Іспанія. До лідируючої десятки також увійшли Франція, Німеччина, Японія, Великобританія, США, Австралія, Італія, Канада та Швейцарія.

Натомість, маючи всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, ми все ще поступаємось у його розвитку багатьом країнам світу.

Внесок туристичної індустрії України експертами оцінюється у 1,3 млн дол. США або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 214,4 тис. осіб або 1,2% від загального числа зайнятих.

Для порівняння, у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млн дол. США або 1,7% ВВП, зайнятість – 275,4 тис. осіб або 1,7%; у Туреччині – 35,9 млн дол. США або 5% ВВП, зайнятість – майже 600 тис. осіб або 2,3% від зайнятого населення.

Як показує аналіз даних дослідження, в нашій країні бізнес-середовище не сприяє розвитку сфери туризму, про що свідчить 124 місце за цією складовою. Негативний вплив має рівень безпеки в країні – 127 місце.

На жаль, безпосередньо сфера туризму в Україні теж не розглядається як пріоритетна, зокрема, за показником «пріоритетність розвитку сфери туризму для уряду країни» експерти нам відвели 122 сходинку.

Безперечно, в кожній із 14 укрупнених складових Індексу є показники, за якими ми маємо вищі або нижчі оцінки. Водночас, підсумковий результат дослідження засвідчив, що передумови для належного розвитку туризму в достатній мірі в Україні не використовуються.

Основною особливістю українського ринку в'їзного туризму є перевага туристів з найближчих країн (майже 90% іноземних туристів), що традиційно відвідують Україну і, насамперед, для відвідування знайомих та рідних, на всі інші туристичні напрями припадає лише 10% туристичних потоків. Про цей факт свідчить структура в'їзних туристичних потоків в Україну.

За даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 р. до України в'їхало 13,6 млн туристів, що на 5,6 % більше, ніж у 2015 р.

Однак, якщо проаналізувати структуру в'їзного туризму за метою відвідування, то дані демонструють наступне.

Як видно: 95,3% всіх прибулих туристів у 2016 р. відвідало Україну з приватною метою, саме туристичне спрямування відвідування мали на меті лише 1,3% туристів. Лише 195 осіб прибуло в Україну з метою ведення бізнесу, що свідчить про відсутність необхідності розвивати інфраструктуру ділового туризму.

Не менш цікавою є виїзна статистика українців за кордон у 2016 р., яка демонструє впевнений приріст порівняно з 2015 р.: 24,7 проти 23,2 млн чоловік. Тобто протягом минулого року кількість українських туристів зросла на 6,5%. Якщо говорити про топові позиції у торішньому рейтингу виїзних напрямків для українських туристів, то перші місця посіли Польща та Росія: 41% і 15,6% наших співгромадян відвідали ці країни. Причому Польща за популярністю випередила Російську Федерацію та посіла перше місце рейтингу.

Україна має дуже багато невикористаних туристичних можливостей, а за умов активної участі держави вона може за кілька років перетворитися в дуже популярний на світовому ринку туристичний напрямок.

На жаль, події в Україні з кінця 2013 р. по цей час істотно змінили національну економічну та туристичну ситуацію:

анексія Криму, війна на Сході України (поруч з економічною кризою) стали визначальним фактором дестабілізації всієї економічної системи України, трансформації її зовнішньоекономічної діяльності. Можна констатувати, що ці події стали вагомим чинником значного посилення негативних тенденцій у динаміці в'їзного туризму, зниження рівня життя населення України також негативно вплинуло і на виїзні туристичні потоки, і на внутрішній туризм.

Зважаючи на численні реформування та стан туризму в державі, ні в кого не виникає сумніву, що для подальшого сталого розвитку туристської галузі потрібна стабільність, наукова прогнозованість, передбачуваність. Жодна галузь народного господарства України і світу не зазнавала такої кількості реорганізаційно-хаотичних змін (за 26 років – більше десяти реорганізацій). Це практично призупинило поступовий розвиток туризму та нанесло галузі суттєвої шкоди.

Саме туризм дав можливість багатьом країнам перебороти або ж істотно пом'якшити економічну кризу, підтягнути всі інші галузі економіки. Впевнений, що туризм може суттєво вплинути і на стабілізацію української економіки. На українському туристському ринку сьогодні працюють майже 3000 ліцензованих турфірм, до послуг туристів – понад 3200 готелів, мотелів, кемпінгів, турбаз, санаторно-курортних закладів. Слід відмітити кричущу ситуацію, що один турист, який відвідав Україну торік, витратив у середньому надходження за день менше 90 доларів (для порівняння США – 1900 дол., Африка (демпінгові ціни) – 300 дол.), порахували у Всесвітній туристській організації – це свідчить про те, що нам є над чим попрацювати.

До речі, розвиток готельного бізнесу в Україні вважається експертами одним із найбільш перспективних з точки зору інвестицій. Адже кількість готелів в Україні на

душу населення вважається недостатньою, інфраструктура готельного ринку України сьогодні не задовольняє попит на готельні послуги ні за кількістю, ні за якістю, матеріально-технічна база великої частини готелів є фізично та морально застарілою і не відповідає міжнародним стандартам. Водночас, постійно зростаючі світові туристські потоки зумовлюють необхідність приділення більшої уваги з боку державних органів влади до питання підготовки готельного господарства (інфраструктура впродовж транспортних коридорів).

У туристській галузі нашої держави зайнято понад 380 тис. осіб на постійній основі і близько 1 млн осіб сезонно, що свідчить про нагальну необхідність збільшити число робочих місць у цій сфері. (Для порівняння: у Франції в індустрії туризму зайнято понад 2 млн чол., Німеччині – 2,3 млн осіб (10% загальної зайнятості), в Іспанії — 1,4 млн осіб (9,1% загальної зайнятості), а в США туризм є другим після охорони здоров'я роботодавцем: 15,5 млн робочих місць).

Показник зайнятості в туристській галузі різних країн, де туризм — основне джерело доходу, сягає до 20% загальної кількості робочих місць. Понад половина з них припадає на сферу готельного господарства, на більш як 60% робочих місць працюють жінки. У нас же в туристсько-готельному бізнесі зайнято лише 0,1% економічно активного населення. Тому, керуючись програмними завданнями, потрібно підкреслити: саме туризм має великі можливості стосовно збільшення зайнятості населення, активізації підприємництва, зростання обсягу виробництва товарів та послуг. Тому гасло ВТО **«Де розвивається туризм, відступає бідність»** є актуальним і для нашої країни.

Мабуть, немає потреби переконувати в тому, що туристська інфраструктура – одна з найскладніших. Вона охоплює такі галузі економіки, як авіа-, залізничний, автомобільний, морський та річковий транспорт; культурні,

оздоровчі заклади, спортивні споруди, народні промисли тощо. Копітку роботу щодо розбудови туризму можна успішно здійснювати тільки спільними зусиллями причетних до нього міністерств і відомств. Як підкреслюється у Гаазькій декларації світового туризму (1989 р.), необхідно, щоб «туризм становив частину комплексного плану розвитку країни поряд з іншими пріоритетними секторами: сільським господарством, промисловістю, охороною здоров'я, соціальним забезпеченням, освітою т.ін.».

Між іншим наші вчені на чолі з М.З. Згуровським визначили 9 перспективних напрямків для України галузі, і серед них, так звані кластери, які мають пріоритетне значення для економіки країни, до складу яких входить і туризм.

Що ж стосується перспектив, то відверто кажучи, вони поки що виглядають не зовсім оптимістично. Після прийняття у 1995 р. Закону України «Про туризм», де туризм визначено пріоритетним напрямом розвитку національної економіки та культури, минуло майже 20 років. Змінився світ, відбулися зміни в соціально-політичному та економічному житті держави. Закон є недосконалим, – настав час прийняти Туристський Кодекс, удосконалити нормативно-правову базу у відповідності до вимог сьогодення. Що ми маємо в законодавчому плані: відсутність Державної програми розвитку туризму, Стратегія розвитку туризму в Україні – приклад непродуманого підходу, без врахування геополітичних та рекреаційних можливостей України, без величезного досвіду зарубіжних країн в цій справі.

Дякую за увагу! І пропоную продовжити дискусію президенту Асоціації працівників навчальних закладів України туристського і готельного профілю, ректору Київського університету туризму, економіки і права, професору, доктору педагогічних наук, Заслуженому

працівнику культури України **Федорченку Володимиру Кириловичу**.

Шановні учасники Пленуму Спілки економістів України!

Міжнародний туризм продовжує активно розвиватися, проявляючи виключну життєстійкість, незважаючи на посилення глобальних проблем, особливо в області безпеки. З 2016 р. спостерігався певний перерозподіл туристських потоків, при цьому в більшості напрямків було відзначено загальне зростання, викликане зростаючим попитом на подорожі, розвитком транспортної мережі і більш доступними авіаперевезеннями.

З 2016 року число міжнародних туристських прибуттів досягло в цілому 1,235 млрд, що на 4% перевищує показники минулого року. Цей результат свідчить про стійке зростання міжнародних туристських прибуттів вже сьомий рік поспіль після глобальної економічної кризи (2009 р). Подібних періодів безперервного стійкого зростання в світі не спостерігалось з 1960-х років. Дані за перші місяці 2017 р. підтверджують, що ця тенденція залишається: з січня по квітень число міжнародних туристських прибуттів зросло на 6%, а індекс довіри в ділових колах досяг найвищого рівня за десятиліття, згідно з Барометром міжнародного туризму ЮНВТО за червень 2017 р.

В 2016 р. доходи від міжнародного туризму збільшилися на 2,6% в реальному обчисленні при зростанні числа прибуттів на 3,9%, що склало 1,220 млрд дол. З урахуванням доходів, отриманих від міжнародного пасажирського транспорту, загальний обсяг експорту, пов'язаного з міжнародним туризмом, досяг в 2016р. 1,4 трильйона дол., що становить 7% від загального обсягу міжнародної торгівлі (30% від експорту послуг) – туризм став третьою за значенням експортною категорією в світі після хімічної і паливної промисловості, випередивши автомобільну та харчову

промисловість. За останні п'ять років туризм зростав швидшими темпами, ніж світова торгівля в цілому.

Якщо говорити про регіони, то в Європі в 2016 р. зростання склало 2%, а число міжнародних туристських прибуттів досягло 616 млн. Доходи від міжнародного туризму зросли трохи менше за число прибуттів (+ 1%) і склали 447 млрд дол.

Стрімке зростання туристського сектору в останні роки справило значний позитивний вплив на глобальному рівні, сприяючи створенню робочих місць, інвестицій, розвитку торгівлі та створення інфраструктури, а також можливостям для соціальної інклюзії. Проте, зростання йде рука об руку з відповідальністю. Сьогодні важливіше, ніж коли б то не було, забезпечити, щоб туризм розвивався з урахуванням всіх трьох основних компонентів стійкості – економічного, соціального та екологічного, – і наші дії були спрямовані на збільшення вкладу туризму по досягненню довгострокової перспективи ЮНВТО до 2030 р. за рахунок створення відповідного галузевого законодавства.

Хотів би привернути вашу увагу передовсім до того, що європейське законодавство у сфері туризму сформувалося у 1970-х роках і успішно діє до сьогодні, практично без змін. У зв'язку з цим наведу цікавий, на мою думку, факт, поміркуйте над ним. Україна за роки незалежності двічі коригувала Закон України «Про туризм», зараз чинна третя редакція.

За останні роки Кабінет Міністрів України двічі затверджував відповідні державні програми, як вони виконувалися, сьогодні не будемо говорити. Дві стратегії щодо розвитку туризму були прийняті Кабінетом Міністрів, а наслідки, як бачите, незначні.

Історична практика підтверджує, що необхідна увага перших осіб в державі, тому доцільно звернутися до Президента, задля виявлення політичної волі і прийняти

відповідних рішень – про утворення при Президентові України Ради з питань туризму і курортів і, безумовно, про створення центрального органу виконавчої влади в сфері туризму. Без цього нічого не буде: немає штабу, немає координатора, немає результатів. У світі діють 168 центральних органів виконавчої влади, жодних реорганізацій не проводиться, оскільки немає необхідності – все працює стабільно і, найголовніше – високо результативно.

Думаю, всім зрозуміло, що туристська сфера – багатовекторна, тому безумовно, в її розвитку повинні брати участь профільні міністерства і відомства. За підтримки Всесвітньої туристської організації це визнано та закріплено у Гаазькій декларації, яка рекомендувала кожному міністерству і відомству в планах соціально-економічного розвитку мати підрозділ туристської справи. Слідуючи цим основоположним істинам, крок за кроком – ми будемо мати довгоочікуваний прогресивний, перспективний та економічно важливий результат.

Безумовно, питання науки і освіти потребують у цьому контексті окремої уваги. Оскільки час стрімко іде, і вектор євроінтеграції вносить свої корективи на шляху до європейських стандартів. Кабінет Міністрів України свого часу прийняв рішення про створення Наукового центру розвитку туризму і курортів, доля якого невідома – до цього питання необхідно повернутись, оскільки без науки галузь існувати не може. Потрібно розпочинати з основ, а це створення центрального органу виконавчої влади, який стане локомотивом руху туристської справи до світових стандартів.

Враховуючи важливість туристської сфери у суспільно-політичному та економічному житті держави, за рахунок збільшення валютних надходжень, створення робочих місць та позитивного іміджу України у світі, а також постійно зростаючих можливостей у цій сфері, постає нагальна потреба у підготовці висококваліфікованих фахівців для

галузі туризму, готельної та ресторанної справи. На нашу думку, це питання є одним із пріоритетних в підготовці кадрів для потреб соціально-економічного розвитку держави. На даний час в Україні підготовкою фахівців з туризму займається більше 100 навчальних закладів I-IV рівнів акредитації.

Постановою Кабінету Міністрів України в 2002 р. до Переліку напрямів і спеціальностей було введено окремий напрям підготовки «Туризм» за спеціальностями: «Туризм», «Готельне господарство», «Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах». Об'єднання зазначених спеціальностей в єдиний напрям підготовки фахівців «Туризм», відповідало вимогам міжнародних стандартів класифікації освіти. Були розроблені відповідні галузеві стандарти освіти, які були затверджені наказом Міністерства освіти і науки України в 2004 р., а Мініюстом України здійснено їх державну реєстрацію.

У 2010 р. з'явився новий стандарт, за яким напрям підготовки «Туризм» і напрям підготовки «Готельно-ресторанна справа» визначені в галузі знань «Сфера обслуговування». В результаті, стан підготовки спеціалістів туризму спотворено і є неадекватним вимогам галузі «Туризм».

Відсутність окремої галузі знань «Туризм» створює негативну ситуацію у сфері туризму і готельного господарства. Бо недалекі часи, коли, на мою думку, вкрай бракуватиме високоосвічених кадрів для туристської галузі в державі.

З огляду на вищезазначене, необхідно змінити галузь знань «Сфера обслуговування» на галузь знань «Гостинність» і розробити нові стандарти з відповідним змістом стандартів за напрямками: «Туризм», «Готельна справа».

Світовий досвід підтверджує, що тільки увага з боку держави, а також керівників держави є гарантом успішного

розвитку туристської галузі. Такої уваги за роки незалежності не було. А прийняті закони та підзаконні акти теж не дали гідного результату.

Потребує вдосконалення проведення виставкової діяльності, рекламно-іміджевих компаній, дуже важливою є участь у таких заходах керівників Держави. Наприклад, найбільшу у світі Берлінську туристську виставку-ярмарок завжди відвідує й відкриває федеральний канцлер Німеччини. Така практика існує в багатьох країнах світу, де проводяться міжнародні виставки, що підвищує їх статус та привабливість серед відвідувачів. На жаль, наші головні міжнародні туристські виставки «УІТТ» і «Україна» керівники Держави і Уряду практично ще ніколи не відкривали і не брали в них участь.

Накопичуються і невідкладні завдання по вдосконаленню діяльності підприємств та організацій галузі, по створенню сприятливих умов для розвитку туристського бізнесу в країні. В зв'язку з цим, видається за доцільне, щоб Кабінет Міністрів України спрямував зусилля міністерств і відомств, їх фінансові та матеріально-технічні можливості зі створення інфраструктури туризму, а Верховна Рада України забезпечила відповідну законодавчу базу.

В свою чергу громадські туристські організації повинні консолідувати свої зусилля і продовжувати роботу щодо вирішення питання створення ефективного, дієздатного, професійного центрального органу виконавчої влади в сфері туризму та курортів.

На нашу думку, є гострі проблемні питання, які спільно з іншими відомствами слід наполегливо й професійно вирішувати на урядовому рівні, а саме:

- невідкладне створення органу центральної виконавчої влади у сфері туризму і курортів;
- розробка Державної програми розвитку туризму і курортів на період до 2025 р. Її головною метою має стати

збільшення питомої ваги загальних доходів від туризму і курортів до 8% ВВП, створення до 400 тисяч робочих місць у цій сфері;

- формування Ради з питань туризму і курортів при Президентові України для створення ефективного механізму координації діяльності та повноважень органів виконавчої влади у сфері туризму і курортів;

- наукове обґрунтування, для чого необхідно відновити роботу Наукового центру розвитку туризму, оскільки в Україні до цього часу ще не визначені науково обґрунтовані напрями розвитку туризму;

- системно розвивати галузеву туристську науку – розробити довгостроковий план дій, передбачивши опрацювання наукової тематики, яка б носила теоретичний та практичний характер. Визначити критерієм оцінки наукових робіт практичну результативність та економічну ефективність. Науковці Київського університету туризму, економіки і права розробили основи теорії туризму – «Туризмологію», що має стати предметом обговорення туристської громадськості України.

Дякую за увагу!

Оскольський В.В.
академік АЕН України, професор,
Президент Співки економістів України

СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК КОМПЛЕКСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Людство в своєму соціальному та культурному розвитку досягло того рівня, коли здатне усвідомити цілісну, холістичну картину буття замість споглядання окремих, зовні не пов'язаних між собою подій і явищ. Це ознаменувалося кардинальною зміною суспільного світогляду і призвело до утворення нової глобальної парадигми людської діяльності, що отримала назву «концепція сталого розвитку», яка офіційно визнана в документах всесвітніх міжнародних організацій внаслідок посилення загрози глобальної ресурсно-екологічної катастрофи. Сталий розвиток в найбільш загальному розумінні означає перехід від екстенсивного використання природних ресурсів до моделі їх збереження і відновлення. Разом з тим, ідеал сталого розвитку поширюється не лише на використання людиною природних ресурсів, але й на докорінні зміни відносин «людина-природа» в цілому, взаємодії цих глобальних

систем на нових гуманістичних, свідомих, відповідальних засадах, актуальних для ХХІ століття.

Концепція сталого розвитку, таким чином, передбачає як технологічні та інституціональні зміни в напрямі екологічно безпечних технологій, матеріалів, дбайливого ставлення до біосфери, так і формування ноосферних, духовних аспектів сприйняття та розуміння людиною її місця в планетарній системі та відповідальності перед майбутнім. З огляду на її фундаментальність, концепція сталого розвитку поширюється на всі галузі економіки і всі види суспільних відносин.

Процес формування сучасної ідеї сталого розвитку пройшов низку історичних етапів становлення – від декларації першої Міжнародної конференції ООН з навколишнього середовища (Стокгольм, 1972 р.), де було зазначено про зв'язок соціально економічного розвитку з проблемами навколишнього середовища, та доповіді Римському клубу (1972 р.), в якій сформульовано ідеї переходу цивілізації до стану «глобальної динамічної рівноваги», до Всесвітнього саміту з питань сталого розвитку в Йоганнесбурзі (2002 р.). Вперше поняття сталого розвитку було визначено у доповіді «Наше спільне майбутнє» Міжнародної комісії з довкілля та розвитку, створеної у 1983 році. Згідно з цим документом сталий розвиток (sustainable development) – це такий розвиток суспільства, який задовольняє потреби нинішніх поколінь і не ставить під загрозу можливість наступних поколінь задовольняти свої потреби. Сталий розвиток повинен забезпечити взаємодію економіки, суспільства та природного середовища [1, с.24].

Вдосконалення та розширення цієї концепції активно продовжується, вона охоплює все більше різних сфер людської діяльності. Враховуючи, що сталий розвиток є глобальним світовим трендом, очевидно, що він стосується,

зокрема, і туризму. Більше того, туризм є одним з основних світових інструментів забезпечення сталого розвитку.

Оголосивши 2017 рік Міжнародним роком сталого туризму в інтересах розвитку, Генеральна Асамблея ООН у відповідній резолюції від 22 грудня 2015 р. звернула увагу людства на туризм як надзвичайно поширене і стрімко зростаюче суспільне явище в контексті його ролі каталізатора сталого розвитку людства в цілому, засобу поліпшення взаєморозуміння між народами в усьому світі, поширення знань про багату спадщину різних цивілізацій та забезпечення дбайливого ставлення до непроминальних цінностей різних культур [2, с.3].

Важливість туризму для сталого розвитку підкреслювалася на міжнародному рівні і раніше. Зокрема, Конференція ООН зі сталого розвитку «Ріо+20» у червні 2012 р. визнала, що «ретельно спланована і регульована діяльність у сфері туризму може вносити значний вклад в рамках усіх трьох компонентів сталого розвитку (економічного, соціального і екологічного), тісно пов'язана з іншими секторами і може забезпечувати створення гідних робочих місць та відкривати можливості у сфері торгівлі» [3, с.31]. Крім того, Порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 р., прийнятий Генеральною Асамблеєю ООН у вересні 2015 р., включає туризм в якості пріоритету в таких цілях сталого розвитку, як «сприяння поступальному, всеосяжному та сталому економічному зростанню, повній та продуктивній зайнятості та гідній роботі для всіх» (ціль 8), «забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва» (ціль 12) та «збереження і раціональне використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку» (ціль 14) [4].

Науковці наголошують, що туризм є динамічною сферою, тісно пов'язаною з соціальними потребами і соціальним розвитком та спрямованою на природні

рекреаційні ресурси, які часто є вичерпними та невідновними, і спричиняє інтерес до духовних аспектів розвитку тих чи інших територіальних утворень, а тому цілком очевидною є необхідність переходу туристичної сфери до моделі сталого розвитку [5].

Можна стверджувати про наявність взаємовпливу і взаємного збагачення розвитку туризму в цілому та розвитку людства на сталих засадах. Як міжнародні принципи сталого розвитку впливають на глобальний туризм, підвищуючи обізнаність, гуманізм та відповідальність всіх його суб'єктів, так і сам туризм є важливим інструментом перебудови суспільства на засадах сталості. Водночас необхідно наголосити, що перехід до сталого розвитку і суспільства в цілому, і галузі туризму потребуватиме кардинальної зміни індивідуальної та суспільної свідомості, побудови нових суспільних відносин на засадах розуму, довіри і відповідальності.

Починаючи з Всесвітньої конференції по сталому туризму у Лансароті (Іспанія) у 1995 р. поняття «сталий розвиток туризму» і «сталий туризм» постійно використовуються у керівних і звітних документах ООН і Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), а у документах ЮНВТО ці поняття застосовуються як синоніми. Поняття сталого туризму знайшло визначення в офіційних міжнародних документах. Так, в Протоколі про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат, вчиненого 27 травня 2011 р. в м. Братиславі, сталий туризм визначається як такий, що передбачає стале використання природних ресурсів, перешкоджає загрозам для біологічного та ландшафтного різноманіття, від якого він внутрішньо залежить, і мінімізує негативний вплив на довкілля, екологію, культуру та соціум; забезпечує освітні можливості, підвищуючи рівень знань та повагу до природних екосистем і біологічних ресурсів; враховує

соціально-культурну автентичність місцевого населення, зберігаючи їх сформовану існуючу культурну спадщину і традиційні цінності, робить внесок в міжкультурне взаєморозуміння та сприяння толерантності; робить внесок в забезпечення життєздатної, довгострокової економічної діяльності, надаючи соціально-економічні вигоди, що розподіляються справедливо, усім заінтересованим сторонам, зокрема стабільну зайнятість та можливості отримання прибутку й соціальні послуги місцевим громадам, а також сприяє подоланню бідності [6].

Перехід до сталого туризму потребує стратегічних рішень як в частині підвищення ефективності зусиль всіх учасників суспільних відносин, так і в частині вирішення проблем, що стримують реалізацію концепції сталого розвитку. Дослідження кола питань стосовно того, які саме стратегії мають бути обрані для сталого розвитку туризму і які «підводні камені» чекають на цьому шляху, є вкрай актуальними для конкретизації напрямів цієї складної, комплексної, багатоаспектної роботи всіх суб'єктів та інститутів суспільства.

На теоретичному рівні слід визначитися з основними напрямками сталого розвитку туризму. Власне концептуальні засади і фактори сталого розвитку визначаються дослідниками та міжнародними організаціями по-різному. Наприклад, деякі вчені виділяють два основні аспекти сталого розвитку – антропоцентричний та біосфероцентричний, що спрямовані на коеволюцію соціоприродного розвитку, яка забезпечує виживання і прогрес людства і не порушує стан біосфери [7]. В міжнародних документах зазвичай виділяють три аспекти, сфери чи компоненти сталого розвитку. Наприклад, як зазначалося на Йоганнесбурзькому саміті з питань сталого розвитку 2002 року, «формування справді сталого способу життя потребує зосередження зусиль на трьох ключових областях: забезпеченні економічного

зростання і справедливості, збереженні природних ресурсів і навколишнього середовища та соціальному розвитку»[8]. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» передбачає вже чотири вектори сталості – вектори розвитку, відповідальності, безпеки і гордості [9].

З огляду на взаємовплив соціальних, економічних, культурних та духовно-світоглядних чинників сталого розвитку пропонується виділити такі три інтегровані напрями розвитку сталого туризму: економіко-соціальний, культурно-екологічний та духовно-ноосферний.

Економічна і соціальна сфери розвитку туризму тісно пов'язані за допомогою соціальних інститутів, зокрема законодавства, діяльності громадянського суспільства, освіти, науки тощо. Як для сталого економічного розвитку необхідно забезпечити комплексне функціонування і самовідтворення соціальних інститутів, так само і належна робота таких інститутів забезпечується економічним зростанням. Відповідно, для сталого розвитку туризму в економіко-соціальному аспекті потрібно досягти такого стану синергії зусиль у системі ринкових і соціальних відносин, який би забезпечував їх взаємне зростання.

Культурний та екологічний аспекти сталого розвитку також тісно пов'язані між собою. Причому екологічний аспект розглядається як пріоритетний у більшості міжнародних документів, оскільки природа є основним ресурсом виробництва, який може зазнати невинуватної шкоди через антропогенний вплив. Крім того, кожен усвідомлює вкрай тісний взаємозв'язок систем «природа» та «людина», що примушує нас відчувати емоційну і духовну спорідненість з усім живим на планеті. В свою чергу, збереження екологічної безпеки стає однією з гуманістичних цінностей і тісно переплітається з культурним надбанням людства у туристичній діяльності. Культурні ресурси є такими ж унікальними і невідновними, як і природні. В

туристичних дестинаціях часто природні та історико-культурні пам'ятки складають цілісність, що робить дестинацію привабливою для туризму. Таким чином сталий туризм в культурно-екологічному аспекті передбачає досягнення такого рівня внутрішньої культури особистості, за якого вона б усвідомлювала унікальну цінність культурних надбань людства та тісний зв'язок людини з природою задля збереження і примноження природних і культурних багатств.

Так само, сталий туризм неможливий без поєднання емоційної і раціональної складових людської природи. Духовне переживання єдності світу і людини в ньому, сьогодення і майбутнього людства має супроводжуватися розумним та цілеспрямованим стратегічним плануванням людської діяльності. Новий планетарний рівень суспільної свідомості – ноосферний, на думку В.І. Вернадського та інших мислителів минулого століття, передбачає єдність людини, виробництва та довкілля, що досягається завдяки активній, свідомій, етичній діяльності людини, керованої розумом. Туризм – це надзвичайно людиноорієнтована галузь, тому її духовно-ноосферна складова уявляється основною. Вона потребує свободи волі кожної людини, оскільки її внутрішні етичні переконання завжди будуть для неї важливішими за зовнішній примус при виборі діяльності. Відтак духовно-ноосферний напрям розвитку сталого туризму є визначальним серед інших напрямів, і при цьому таким, що потребує системних внутрішніх змін людської свідомості.

Можна зробити висновок, що становлення сталого туризму потребує синергії всіх трьох названих напрямів, внаслідок чого буде реалізований його потенціал як інструменту сталого розвитку і переходу на вищий рівень цивілізаційного розвитку суспільства.

Економіко-соціальному напрямку розвитку сталого туризму та його ролі у досягненні цілей сталого розвитку

присвячені численні наукові дослідження, йому приділяється значна увага у документах міжнародних організацій. Туристична діяльність об'єднує багатьох суб'єктів ринку, включає в себе низку товарів та послуг, супроводжується величезною кількістю супутніх товарів і суттєво впливає на стан національної економіки в цілому. В сучасних глобальних умовах попит та пропозиція на ринку туристичних послуг мають стрімку тенденцію до збільшення. За даними міжнародних аналітиків, туризм є однією з найбільших і швидко зростаючих галузей економіки в світі. Як зазначається у доповіді ЮНВТО «Tourism Highlights 2017» [10], у світі постійно зростає пропозиція туристичних продуктів, місць розташування та обслуговування туристів, що робить галузь привабливою для інвесторів та ключовою рушійною силою соціально-економічного прогресу завдяки створенню нових робочих місць та підприємств, зростанню експортних надходжень, та розвитку інфраструктури. За останні п'ять років міжнародний туризм зростає швидше, ніж міжнародна торгівля. У 2016 р. міжнародний туризм, включаючи доходи в місцях відвідування та від пасажирського транспорту, склав 7% експорту всіх товарів і послуг (або 30% світового експорту послуг), що на один відсоток вище аналогічного показника 2015 р. В багатьох країнах, що розвиваються, туризм є найбільшою статтею експорту. Туризм стає все більш важливим компонентом експортної диверсифікації і надає можливість компенсувати зниження експортних надходжень у більшості сировинних і нафтоекспортуючих країн [10, с.6].

Ця світова тенденція не оминає і Україну, де, попри окремі соціально-економічні проблеми, ринок туризму розвивається також досить швидко. Подібно до загальної світової динаміки зростає і роль туризму в національній економіці України. Згідно з даними доповіді Всесвітньої ради з подорожей і туризму прямі надходження в Україну за 2016 р. від подорожей та туризму (Т&Т) склали 34,8 млрд грн

(1,4 млрд дол. США), або 1,5% ВВП. Повний внесок від туризму в доход країни за 2016 рік склав 128,5 млрд грн (5,0 млрд дол. США), або 5,6% ВВП [11, с.3].

Протягом 2016 р. у сфері подорожей та туризму України було безпосередньо задіяні 247,0 тис. робочих місць (1,3% загального числа зайнятих), а загальний вклад туризму у рівень зайнятості (включаючи робочі місця, безпосередньо не пов'язані з туризмом) у 2016 р. склав 923,0 тис. працюючих, або 5,0% загальної чисельності зайнятого населення країни [11, с.4].

Такі показники розвитку галузі туризму в Україні забезпечені відповідним приростом чисельності туристів у частині в'їзного та внутрішнього туризму. Так, за даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 р. до України в'їхало 13,6 млн туристів, що на 5,6% більше, ніж у 2015 р., при цьому 95,3 % іноземних громадян прибули до України з приватною метою, що на 12,5% більше ніж у 2015 р. (89,4%). Спостерігається стабільний приріст виїзного туризму. Протягом 2016 р. здійснили подорожі за кордон 24,7 млн українських туристів, що на 6,5 % більше, ніж у 2015 р., 98,5% з них подорожували до країн світу з приватною метою [12].

Причинами такого зростання туристичної сфери економіки є цілий комплекс факторів, серед яких і підвищення загального добробуту населення в світі, що дозволяє обирати пізнавальні та розважальні способи проведення дозвілля, і зміцнення середнього класу як основного споживача туристичних послуг, і розвиток транспортної інфраструктури, зв'язку, інтернет-технологій та комунікацій. Туризм стає глобальним трендом, і в найближчі роки залишиться на вершині світового попиту.

З наведених вище показників слідує, що у 2016 р. в Україні прямі надходження від подорожей і туризму склали 27,1% від загального внеску туризму та пов'язаних з ним галузей у доход держави. Так само і в частині зайнятості – на

одне робоче місце працівників, зайнятих безпосередньо у туристичній сфері, приходить 2,7 робочих місць, зайнятих у суміжних, прямо не пов'язаних із туризмом сферах – транспортна інфраструктура, громадське харчування, готельне обслуговування, виробництво туристичного спорядження тощо. Це свідчить про мультиплікаційний ефект впливу туризму на економічний розвиток і доходи держави. Такий вплив матиме ще більш вагоме не лише економічне, але й соціальне значення у разі, коли він буде наслідком розвитку сталого туризму.

Зважаючи на національну і глобальну динаміку зростання туристичної галузі, можна стверджувати, що її потенціал в контексті сталого розвитку може бути реалізований лише за умови системного дослідження та врахування в прогностичній і плановій діяльності держави і суб'єктів ринку як позитивних, так і негативних факторів такого зростання.

Однією з найбільших проблем туристичної галузі України є в цілому низька, порівняно з розвиненими країнами, вартість туристичних послуг. Відомо, що близько 2/3 доходів світового ринку туризму отримують розвинені країни і 1/3 – країни з економікою, що розвивається. Тобто частка економічно розвинених країн у структурі світового ринку туристичних послуг у вартісному вираженні значно більша частки країн, що розвиваються. Це свідчить про більший дохід від одного туриста та вищу вартість туристичних послуг в розвинених країнах, порівняно з країнами, що розвиваються [13, с.148].

Очевидно, що Україна вже зараз має переходити до сталого туризму, щоб уникнути етапу виснаження природних ресурсів та занепаду місцевих культур, властивого малорозвиненим країнам. Підвищення якості і диверсифікація туристичних послуг, що дозволить збільшити рівень їх доходності, зокрема за рахунок зростання

частки доданої вартості у ціні послуг, та розвиток об'єктів туристичної інфраструктури уявляються першочерговими та найбільш актуальними діями в контексті економіко-соціального напрямку розвитку сталого туризму.

Винятково важливим є вплив сталого туризму в його економічному аспекті на регіональний розвиток. Деякі дослідники вважають, що реалізація моделі сталого розвитку країни неможлива без врахування регіональних особливостей, враховуючи наявну об'єктивну диференціацію території країни за рівнем розвитку продуктивних сил, забезпеченістю природно-ресурсним потенціалом, ступенем трансформації природних геоекосистем [14]. При цьому в контексті сталого розвитку регіон розглядається як цілісна еколого-економічна система, здатна оптимізувати співвідношення між економічним зростанням, задоволенням матеріальних і духовних потреб людей та якістю навколишнього середовища. Саме регіон є ядром економічного, соціального й екологічного облаштування простору, мобілізації для цієї мети матеріальних, трудових, фінансових та інтелектуальних ресурсів.

Таким чином, науково обґрунтована регіональна політика сталого туризму базуватиметься на всебічній оцінці потенціалу регіону з урахуванням всіх його природних, соціальних та культурних особливостей. Необхідною складовою такої політики має бути інноваційність, оскільки глобалізація світогосподарських відносин повністю змінила структуру ключових факторів розвитку промислового потенціалу країн, відвівши визначальну роль інноваційній складовій як головній рушійній силі сталого розвитку економіки [15, с.15]. Інновації в сфері туризму мають бути спрямовані як на підвищення стандартів сфери обслуговування туристів, якості інфраструктури та залучення екологічно безпечних технологій, так і на розвиток інформаційного забезпечення туризму. Водночас реалізація

інноваційної складової сталого туризму потребуватиме інноваційних рішень у суміжних галузях, що підтверджує інтегрований вплив туризму на їх розвиток.

Туризм є інформаційно-насиченою діяльністю і практично повністю залежить від інформаційних потоків, що об'єднують учасників туристичного ринку [16], та є зоною застосування найсучасніших інформаційних технологій. До інформаційного аспекту економіки туризму належить і політика створення позитивного іміджу тієї чи іншої країни у світі, брендинг країни в цілому та її територій. Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020» серед бренд-меседжів, які необхідно поширювати у світі, названі, зокрема, такі як «Україна – країна, приваблива для туризму» та «Україна – країна із визначними культурними та історичними традиціями» [9]. Бренд-політика на рівні держави також перекликається з так званим когнітивним управлінням, яке включає в себе рекламу, брендинг і формування культурних зразків переважно через візуальне сприйняття, а також управління знанням, як новітнім, так і традиційним, із залученням громадських об'єднань, освітніх та інших соціальних інститутів, а також норми законодавства і моральні приписи. Технології когнітивного управління дозволяють сформувати концепцію ноосферного розвитку сучасного соціуму [17, с.36]. Тобто, інновації в сфері туризму в Україні повинні виходити на рівень економіки знань.

Туризм в усьому світі розглядається як невід'ємна складова частина «зеленої економіки», оскільки стимулює розвиток середніх і малих підприємств та зайнятість окремих громадян, особливо у сільській місцевості, сприяє виникненню нової соціальної інфраструктури, зберігає та фінансує збереження природної та культурної спадщини. У доповіді Програми ООН з довкілля «Назустріч «зеленій» економіці: шляхи до сталого розвитку та викорінення бідності» зазначається, що при «озелененні» туристичного

сектора зростає потенціал зайнятості і використання місцевих ресурсів, а розширене залучення місцевого населення до ланцюжка створення вартості у туризмі є важливим фактором розвитку місцевої економіки і зменшення бідності [18, с.12].

В контексті «зеленої» економіки заслуговують на увагу малобюджетні та безпечні для довкілля види туризму, які здобувають дедалі більшу популярність в усьому світі, зокрема екологічний, маршрутно-пізнавальний, спортивно-оздоровчий, етнографічний, сільський тощо. Для їх розвитку не потрібні значні інвестиції, але вони можуть досить швидко забезпечити окупність вкладених коштів. Окрім відносної дешевизни, цим видам туризму притаманна екологічна орієнтація («зелений» туризм), що робить їх привабливими для значної частини населення розвинутих країн із «західною» ментальністю. Нині 35% міського населення Європи віддають перевагу відпочинку на природі, переважно в сільській місцевості. У Франції щорічний дохід від «зеленого» туризму до загальнодержавного бюджету становить понад 1 млрд євро, у бюджеті Сербії він перевищує 100 млн євро, або 15% надходжень від усіх видів туризму, що розвиваються в країні [19, с.34]. Україна, з її різноманітними місцевою культурною спадщиною та природними ландшафтами, має широкі можливості для розвитку екологічно орієнтованих видів туризму і залучення численних цільових груп споживачів, що є важливою складовою сталого розвитку регіонів країни.

В контексті економіко-соціального напрямку реалізації потенціалу сталого туризму для цілей розвитку слід також звернути увагу на відносини партнерства, які, зважаючи на ряд міжнародних документів і наукових публікацій, є неодмінною інституційною складовою сталого розвитку [20]. Відповідальність і довіра, що виникають завдяки свідомому і відповідальному партнерству у різних сферах суспільних

відносин, включаючи як державно-приватне партнерство, так і форми взаємодії між різними недержавними інститутами і окремими громадянами, є передумовами ефективного розвитку туризму як складової людиноорієнтованої інтегрованої сфери [20, с.129].

Слід зауважити, що національна політика в сфері туризму, як невід’ємна складова його сталого розвитку, має виходити з основ, викладених у міжнародних документах, зокрема у Десятирічній стратегії дій з переходу до використання раціональних моделей споживання і виробництва, прийнятій на Конференції ООН зі сталого розвитку «Ріо+20» у 2012 р., яка є глобальною платформою для взаємодії і нарощування потенціалу партнерства щодо переходу до сталого споживання і виробництва. У цій стратегії визначені шість пріоритетних програм, серед яких – сталий туризм, у тому числі екотуризм.

При цьому варто мати на увазі, що внесок туризму в економічний розвиток країни, створення робочих місць і зміцнення інституційного потенціалу залежить від багатьох факторів, зокрема від:

- ступеня інтеграції туристичного сектора в національну економіку шляхом прямого і зворотного зв’язку з іншими галузями промисловості, а також у регіональні і глобальні ланцюжки створення вартості;

- ступеня використання доходів від туризму для фінансування розвитку інфраструктури, підтримки місцевих підприємств, зокрема малих і середніх, а також для розвитку навичок та інститутів, необхідних для створення динамічної місцевої економіки;

- політики і стратегій, прийнятих на урядовому рівні, та від того, наскільки вони заохочують залучення внутрішніх і іноземних інвестицій у сферу туризму, передачу технологій і ноу-хау, сприяють трудомісткій діяльності і підтримують ті регіони, де живе і працює населення з низькими доходами;

- національних зусиль, що спрямовані на забезпечення сталого туризму [21, с.7].

Належна реалізація цих факторів розвитку має забезпечуватися вдосконаленням законодавства і регуляторної політики як у сфері туризму, так і у суміжних галузях, поширенням міжнародних стандартів якості послуг та екологічно безпечних практик використання природних ресурсів, а також запровадженням сучасних підходів до аналізу, прогнозування, планування туристичного ринку та збору і обробки статистичної інформації, що дозволить підвищити раціональність використання ресурсів, ефективність управління, використання нових технологій, сприяючи, тим самим, сталому розвитку.

Економічна діяльність у сфері туризму нерозривно пов'язана з **культурно-екологічним напрямом** його розвитку, що визначає вплив туризму на стан навколишнього природного середовища та збереження і відновлення культурної спадщини людства.

Туризм виконує ряд важливих соціальних та гуманітарних функцій в суспільстві, серед яких оздоровчий вплив природи, культурне збагачення, розширення світогляду, підвищення моральних і духовних якостей людини тощо. При цьому туризм, як і будь-яка інша масова людська діяльність, несе суттєвий ризик довкіллю і місцевій культурі внаслідок великої інтенсивності туристичних потоків, зниження рівня рекреаційної привабливості багатьма об'єктами відпочинку, пошкодження і, навіть знищення, надбань місцевої культури, забруднення природних ландшафтів, транспортних проблем тощо, що може навіть призводити до супротиву місцевого населення розвитку туризму.

Розвиток туризму пов'язується з виснаженням природних ресурсів, що призводить до нестачі води, втрати біологічного розмаїття, деградації земель і забруднення

навколишнього середовища, окрім інших видів несприятливого впливу. Вклад туризму у глобальне потепління оцінюється у 5% від загальної світової емісії вуглекислого газу. Згідно з оцінкою ЮНВТО, у разі подальшого розвитку туризму без кардинальних змін щодо зниження його глобальної ресурсомісткості, до 2050 року прогнозовані темпи зростання туризму призведуть до збільшення споживання енергії (154%), викидів парникових газів (131%), споживання води (152%), кількості твердих відходів (251%) [22, с.4].

Загроза екологічному стану туристичних дестинацій тісно пов'язана з негативними наслідками туристичної діяльності для місцевої культури. Американський історик Хел Ротман зазначає, що туризм наносить значну шкоду способу життя місцевих жителів, які втрачають автономію, намагаючись враховувати наміри турагенств і туристів. Такого ж висновку притримується і Дін Макканелл, професор Каліфорнійського університету, автор книги «Турист. Нова теорія відпочиваючого класу», наголошуючи, що все більше місць на планеті перетворюються в атракціони для туристів, а туризм поступово знищує неповторні особливості місцевих культур [23] і є масштабним джерелом антропогенного тиску, який призводить до погіршення якості життя місцевого населення.

Часто не враховується прихований вплив туризму на довкілля, який чиниться за рахунок того, що транспортні, а особливо повітряні перевезення, готельний і ресторанний бізнес сприймаються як окремі сектори сфери послуг, а не як взаємопов'язані компоненти єдиного комплексу, головним завданням якого є задоволення постійно зростаючих потреб туристичної галузі [24, с.31]. Кожна з цих сфер має відповідати засадам сталого розвитку та мінімізувати свій вплив на довкілля з тим, щоб екологічні ризики розвитку туризму теж були мінімальними.

Втім, негативний вплив туризму на навколишнє середовище може бути суттєво знижений завдяки усвідомленим реформам, переходу на екологічно безпечні і ресурсощадливі технології та матеріали, відповідальному ставленню туристів до довкілля і культурних надбань тощо. Тому як політика, так і практика туризму мають враховувати ці негативні наслідки, знижувати їх рівень, приводячи туризм у стан сталості [25, с.7].

Завданням туризму в його екологічному аспекті є рекреація, тобто розширене відтворення фізичних, інтелектуальних і емоційних сил людини [26, с.32], яка з філософсько-екологічної точки зору є органічною ланкою цілісної екосистеми. Усвідомлюючи масштаби та наслідки свого впливу у майбутньому, людина зобов'язана дбайливо ставитися до природнього середовища, яке дає їй відновлення і активно сприяти такому відновленню. При цьому екологічна цілісність, відтворюваність та безпека передбачають як неодмінну складову екологічну свідомість, тобто наявність внутрішніх особистісних і суспільних норм-імперативів, на основі яких мають бути побудовані обґрунтовані економічні пріоритети [27].

Слід зазначити, що в Україні в цілому стан природокористування далекий від ідеалу, з огляду на здебільшого екстенсивний тип розвитку продуктивних сил, глибинні диспропорції загальнодержавних і регіональних інтересів, невідповідність між розміщенням природно-ресурсного та соціально-економічного потенціалів, науково-технічну відсталість та інші недоліки, властиві більшості країн на початковому етапі реформування економіки [14, с.4]. Разом з тим, як і в усьому світі, в Україні спостерігається стійка тенденція розповсюдження безпечних для навколишнього середовища видів туризму, такі як екологічний, зелений, сільський тощо. Згідно з оцінкою ЮНВТО частка екологічного туризму у світовому туризмі

складає близько 10%. За кордоном цей вид туризму вважається одним із тих, що найбільш динамічно розвиваються.

Популярність екологічного туризму в техногенному середовищі зростає по мірі погіршення стану довкілля. Переважну частину екотуристів складають представники індустріально розвинених країн, що досягли тієї стадії, коли рушієм економічного зростання є вже не прагнення людей споживати більше товарів, а їх бажання отримати «живі враження і досвід». З цієї причини туристи з розвинених країн все більше прагнуть такої форми подорожей, яка б сприяла їх особистісному розвитку і збагаченню їх знань про природу і людину [28, с.3].

Екологічний туризм, який розглядається дослідниками як один з аспектів сталого туризму, передбачає тісні взаємовідносини не тільки з природним середовищем, а також з еколого-просвітницьким і виховним процесом [29, с.54]. Міжнародна спілка охорони природи визначає екологічний туризм як мандрівку з відповідальністю перед навколишнім середовищем відносно недоторканими природними територіями з метою вивчення та отримання задоволення від природи і культурних пам'яток, яке сприяє охороні природи, чинить «м'який» вплив на довкілля, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих жителів і отримання ними переваг від цієї діяльності [30, с.7].

Необхідність зниження антропогенного тиску на довкілля і місцевий спосіб життя передбачена і Глобальним етичним кодексом туризму, у якому, зокрема, з цією метою та задля розширення позитивного впливу туристичної діяльності на туристичну індустрію і місцеву економіку визнано необхідним більш рівномірно розташовувати потоки туристів, сприяти зменшенню сезонності, планувати об'єкти туристичної інфраструктури так, щоб забезпечувати

збереження екосистеми та біологічного різноманіття тощо [31].

В Україні є всі можливості для розвитку безпечних видів туризму з пізнавальною, рекреаційною метою для культурного і духовного збагачення. Інтереси місцевих громад можуть бути захищені завдяки належному розвитку сільського туризму. Практика свідчить, що 90% сучасної світової туристської інфраструктури становить її приватний сектор, значна частина якого розташована саме в сільській місцевості. Етнічний сільський туризм сприяє налагодженню зв'язків між людьми різних соціальних сфер, і з огляду на це – цілісності і добробуту суспільства [32]. В Україні більшість особистих селянських господарств мають можливості надавати послуги у сфері сільського («зеленого») туризму. Проте подальший розвиток сільського туризму в Україні потребує належного інституційного, інформаційного, законодавчого та фінансового забезпечення, з огляду на те, що сільські громади не завжди зацікавлені у туристичній привабливості власного села і недостатньо проінформовані про власні права і можливості в цій сфері [33].

Що стосується культурної місії туристичної діяльності, вона так само є комплексною і багатоаспектною. Зокрема, туризм виступає ефективним засобом доступу до культурного надбання людства, джерелом збереження та пізнання світових культур в інтересах всього населення планети. Туризм, зорієнтований на пізнання місцевих звичаїв та традицій, сприяє охороні, збереженню і відтворенню як матеріальної, так і нематеріальної культурної спадщини, яка визнається ЮНЕСКО головним джерелом культурного різноманіття і гарантією сталого розвитку [34].

Однією з цінностей сталого розвитку, утвердженню яких сприяє туризм, є так звана комунікативна культура, яка формується завдяки взаємному збагаченню різних культур світу. Покращення стану комунікацій внаслідок стрімкого

зростання туризму є дієвим засобом зняття соціальної напруги, оскільки, подорожуючи, людина усвідомлює спільні цінності, які єднають усе населення планети. Туризм також опосередковано впливає на стан освіченості громадян, вивчення іноземних мов, розширення культурних та духовних горизонтів, створює цілий спектр можливостей для забезпечення духовних потреб. Крім того, туризм як фактор суспільного розвитку в постіндустріальну епоху нерозривно пов'язаний з сучасними цивілізаційними процесами. Глобалізація людських стосунків та застосування сучасних інформаційних технологій надають туризму непересічного культурно-комунікаційного значення як специфічного соціального інституту і феномена загальнолюдської культури [35].

Активна участь України у міжнародних культурних та освітніх програмах, розвиток екологічно безпечних видів туризму, увага до екологічної складової бізнесу, належна освіта і самовиховання населення сприятиме переходу туризму на засади сталого розвитку. В свою чергу, сталий туризм в Україні в культурно-екологічному аспекті стане інструментом для збереження, відновлення і розвитку її культурно-історичного надбання та дозволить мінімізувати негативний вплив туризму на довкілля та місцеву культуру і спосіб життя.

Духовно-ноосферний напрям розвитку сталого туризму пов'язаний з перебудовою суспільства на нових культурних та етичних засадах сталого розвитку і потребує виходу за межі стереотипів та пристосування до новітніх способів господарювання і дозвілля. Центром сталого розвитку є особистість, натхненна ідеями, які знаходять відгук в її душі та розумі. Людина, її честь і гідність, життя і здоров'я, недоторканність і безпека є не лише найвищою соціальною цінністю, як зазначається у статті 3 Конституції України, але є одночасно і рушієм, і метою будь-яких

суспільних та державних перетворень. Високий духовний розвиток людини є запорукою стабільності та процвітання суспільства.

Ще у першій половині минулого століття видатний мислитель та вчений В.І.Вернадський передбачив настання нової епохи розвитку людства, керованої розумом. Наукова думка людства, працюючи над біосферою, поступово перетворює її на ноосферу, охоплює її розумом [36, с.44]. Очевидно, що сучасна парадигма сталого розвитку може розглядатися як складова ноосферного мислення, при якому людина розумно, свідомо і відповідально формує свою поведінку і спосіб діяльності у суспільстві та керує соціальними інститутами у їх єдності, забезпечуючи цілісність та відновлення навколишнього середовища.

Подібні ідеї були закладені і в економічній моделі видатного українського вченого М.І. Туган-Барановського, в основі якої лежав інноваційний шлях розвитку з поєднанням плановості і ринку, домінуванням суспільних інтересів над особистими, та яка передбачала використання духовності і національної свідомості в процесі трансформаційних перетворень. Саме стан духу, а не тільки економіки, є визначальним для суспільства, і криза духу визначає кризу економіки, а не навпаки [37].

Отже, очевидно, що духовно-ноосферний напрям розвитку туризму ґрунтується на свідомих та відповідальних діях особистості, яка користується природними та культурними ресурсами обачливо, з метою їх збереження і відтворення. На рівні суспільних груп важелі впливу на духовно-ноосферний розвиток суспільства знаходяться у громадських організацій, наукових та освітніх установ, які забезпечують приріст знань та розробку методів екологічно безпечної діяльності, готують професійних учасників ринку туристичних послуг з високими моральними якостями. Завданням держави в духовно-ноосферному напрямі є

формування зважених та послідовних національних стратегій розвитку сталого туризму та контроль за їх виконанням, а також адаптація національного законодавства до європейських і міжнародних вимог в сфері сталого розвитку. Держава також може ініціювати та брати участь у глобальних освітніх проєктах з метою інформування та навчання всіх верств суспільства.

Туризм як комплексна інтегрована сфера людської діяльності включає в себе цілу низку суспільних цінностей, які мають безпосереднє відношення до формування нового суспільства, людино-орієнтованого, гуманного та свідомого по відношенню до навколишнього середовища і майбутнього. Духовна культура туризму виділяється деякими дослідниками поряд з матеріальною і включає пізнання, моральність, виховання, освіту, право, філософію, етику, естетику, науку, мистецтво, літературу, міфологію, релігію. Духовна культура характеризує внутрішнє багатство свідомості, ступінь розвиненості самої людини [38, с. 231].

Філософи туризму також звертають увагу на виняткову роль туризму для досягнення такої найвищої духовної цінності, як свобода. Туризм як інструмент вільного вибору індивіда є способом становлення його особистості та чуттєвим опрацюванням його духовного стану [39, с.27]. Сталий туризм при цьому є унікальним інструментом всебічного розвитку людської особистості. Як зазначається у Глобальному етичному кодексі туризму, туризм має практикуватися як засіб індивідуального і колективного самовдосконалення, з духовним розкріпаченням, тоді він стає унікальним фактором самоосвіти, толерантності і пізнання національного і культурного різноманіття [31].

Неодмінною складовою сталого туризму в його духовному аспекті є моральні якості туристів та професійних учасників туристичної діяльності. На міжнародному семінарі «Реалізація етичних принципів при розвитку туризму»

(вересень 2000 р., м. Тель-Авів) підкреслювалося, що в поведінці як туриста, так і фахівця туристської справи (туроператор, турагент, керівник турфірми тощо) морально-психологічні якості посідають чільне місце. Туристичний бізнес як форма суспільної діяльності також повинен повною мірою відповідати «людським вимірам», бути гуманно-центрованим, при цьому не за формою, а за суттю [35].

Отже, розвиток сталого туризму в Україні має неодмінно враховувати моральну складову як на рівні програмних документів держави та громадських об'єднань, так і в безпосередній діяльності людини в процесі подорожування і пізнання світу. Дбайливе та відповідальне ставлення до природи і культури є невід'ємною ознакою морально та духовно розвиненого індивіда.

Таким чином, сталий туризм як всебічна, комплексна, інтегрована сфера людської діяльності є інструментом реалізації як економічних, соціальних, культурних та екологічних інтересів учасників ринку туристичних послуг, так і духовних гуманістичних ноосферних цінностей суспільства. Перехід до сталого туризму та його визначна роль у цій якості як інструмента забезпечення сталого розвитку є необхідним та усвідомленим кроком для всього людства, що підтверджується низкою міжнародних програмних документів та закономірно слідує з оцінки значення і сучасного вкладу туризму у глобальний розвиток та його впливу на всі сфери суспільного життя.

Стратегія сталого розвитку «Україна 2020» передбачає, що перехід до сталого розвитку повинен відбутися завдяки суспільному договору між владою, бізнесом та громадянським суспільством, де кожна сторона має свою зону відповідальності. До сфери відповідальності влади належить проведення реформ, забезпечення балансу інтересів між громадянським суспільством, державою і бізнесом, гарантувати дотримання прав людини.

Відповідальність бізнесу – підтримувати та розвивати державу, бізнес-середовище та громадянське суспільство, сумлінно сплачувати податки, здійснювати ефективні інвестування в економіку держави, дотримуватися принципів чесної праці та конкуренції. Відповідальність громадянського суспільства – контролювати владу, жити відповідно до принципів гідності та неухильно додержуватися Конституції та законів України. Проте в цій стратегії не згадується найважливіший вид відповідальності – відповідальність людини перед собою. Відповідальне ставлення до природи і культури, економічного та соціального розвитку країни означає, в першу чергу, високе усвідомлення людиною свого унікального місця та ролі в становленні майбутнього. Рушійною силою історичних перетворень стає особистість, кожний громадянин. Така відповідальність дозволяє особі збирати навколо себе однодумців і сприяє синергії зусиль громадянського суспільства, бізнесу та влади з метою перебудови суспільства на засадах сталого, ноосферного розвитку.

Таким чином, незважаючи на те, що духовно-ноосферний напрям розвитку сталого туризму згаданий в цій статті останнім, він, безумовно, є визначальним фактором перебудови всіх сфер суспільства на нових, сталих засадах і реалізації потенціалу сталого туризму як комплексного інструменту розвитку. Усвідомлення людиною своєї моральної відповідальності перед прийдешніми поколіннями, своєї активної ролі у творенні майбутнього як наділеної розумом частини живого, цілісного, сповненого Духом світу є першоджерелом економічного поступу та культурного, освітнього, екологічного і духовного вдосконалення людства.

Література:

1. Развитие и международное экономическое сотрудничество: проблемы окружающей среды // Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития. 42-я сессия Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций, 4 августа 1987 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf>.
2. Международный год устойчивого туризма в интересах развития, 2017 год // Резолюция №70/193 Генеральной Ассамблеи ООН от 22 декабря 2015 г. – 4 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/449/70/PDF/N1544970.pdf?OpenElement>.
3. Будущее, которого мы хотим // Итоговый документ Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию (РИО+20), Рио-де-Жанейро, 20-22 июня 2012 г. – 66 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rio20.un.org/sites/rio20.un.org/files/a-conf.216-l-1_russian.pdf.pdf.
4. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года // Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года. – 44 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&referer=http://www.fao.org/sustainable-development-goals/overview/en/&Lang=R.
5. Івануса А.В. Особливості реалізації концепції сталого розвитку в туризмі // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип.22.9. – С.100–103 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltnu_2012_22.
6. Протокол про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/001_004-11/paran3#n3&p=.
7. Урсул А.Д., Романович А.Л. Концепция устойчивого развития и проблема безопасности. 2001 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000706/>.
8. Масловська Л.Ц. Сталий розвиток продуктивних сил регіонів: теорія, методологія, практика. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 366 с.

9. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020», схвалена Указом Президента України від 12 січня 2015 р. №5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

10. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.

11. Travel&Tourism Economic Impact 2017 Ukraine // Доповідь Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/ukraine2017.pdf>.

12. Інформація щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 році // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5badba79-cfc5-40c1-a1ec-61f2e39161aa&title=InformatsiiaSchodoPokaznikivRozvitkuSferiTurizmuTaKurortivU2016-Rotsi>

13. Письменний О.А. Аналіз ринку міжнародного туризму України // Економічний аналіз. – 2014. – Том 15. – №1. – С.144-153.

14. Масловська Л. Ц. Сталий розвиток продуктивних сил регіонів: теорія, методологія, практика. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 366 с.

15. Дикань В.Л. Інноваційний вектор забезпечення сталого розвитку економіки України // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – №39. – С.15-20.

16. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. посіб. – К.: Знання, 2009. – 444 с.

17. Воронкова В.Г., Кивлюк О.П., Андрюкайтене Р. Концептуалізація моделі ноосферного розвитку сучасного соціуму та освіти інформаційного суспільства // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2017. – №68. – С.33-48 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vestnikzgia.com.ua/article/viewFile/94376/90149>

18. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для представителей властных структур / Программа ООН по окружающей среде. – Сен-Мартэн-Бельвю: Ватт 100, 2001. – 52 с.

19. Ілляшенко С. М. «Зелений» туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону / С. М. Ілляшенко, Н. С. Ілляшенко, В. О.

Щербаченко // Економіка України. – 2013. – №8. – С.33–39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2013_8_4.

20. Карпенко Н.М., Скляр Г.П. Сталий розвиток сфери туризму на засадах партнерства // Науковий вісник Полтавського ун-ту економіки і торгівлі. – 2013. – №2(58). – С.126-130 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/697/763>.

21. Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development // United Nations Conference on Trade and Development, 28 January 2013. – 20 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciem5d2_en.pdf.

22. Программа устойчивого туризма в составе 10-летней рамочной программы в области Устойчивого потребления и производства // ЮНВТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/brochure10yfpstprus17oct2016.pdf>.

23. Дин МакКанелл. Турист. Новая теория отдыхающего класса. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. – 279 с.

24. Скляр Г. П. Партнерство в структурі відносин сталого розвитку сфери туризму / Г. П. Скляр // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. – 2014. – №7. – С.31-37 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnauekon_2014_7_8.

25. Сесёлкин А. Устойчивый туризм как приоритетное направление в стратегии устойчивого развития // Мосты. – 2017. – Вып.4. – С.4-8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://www.ictsd.org/sites/default/files/review/mosty_july_2017.pdf.

26. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.

27. Кобылянский В.А. Философия экологии: общая теория экологии, геоэкология, биоэкология. – М.: Фаир-Пресс, 2003. – 192 с.

28. Урядова В. Содействіе развитию экотуризма в интересах искоренения нищеты и охраны окружающей среды // Доклад эксперта II Комитета Генеральной Ассамблеи ООН. – Новосибирск, 2012. – 17 с.

29. Зима А., Голуб М. Потенціал екологічного туризму в Україні // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. – №5. – С.53–62 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2015_5_6.

30. Экотуризм: глобальный контекст и национальные особенности : рекомендательный библиографический список / Краснодарская краевая универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина; информ.-библиогр. отдел; [сост. Ю.В. Макаренко]. – Краснодар, 2013. – 28 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iucn.ru/>.

31. Глобальный этичный кодекс туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001.

32. Філософія туризму. Підручник. К.: Кондор, 2004. – 268 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/filotur.htm.

33. Кудінова І.П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Науковий вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип.163. – Частина 1. – К., 2011. – С.51-57.

34. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_d69/print1452669658025704

35. Пазенок В.С., Федорченко В.К. Філософія туризму: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2009. – 268 с.

36. Вернадский В.И. Научная мысль как планетное явление. – М.: Наука, 1991. – 270 с.

37. Якименко В.І., Михайлова О.М., Крюкова Т.І. Зростання духовних чинників (індивідуальних і колективних) у процесі відтворення планетарних ресурсів туризму. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. – 2009. – №13. – С.365-367.

38. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. – К. : Знання, 2013. – 334 с.

39. Воронкова В.Г. Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С.23-35.

Амоша О.І.

д.е.н., професор, академік НАН України,
директор Інституту економіки
промисловості НАН України,
член Правління Спілки економістів України

Ляшенко В.І.

д.е.н., професор, зав. відділом,
член Правління
Спілки економістів України

Лях О.В.

к.е.н., провідний науковий співробітник

Кітріш К.Ю.

аспірант

ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ В ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Стратегія модернізації економіки промислових регіонів України має базуватися на різних напрямках їх структурної перебудови, диверсифікації та забезпечення інноваційного і стійкого розвитку цих регіонів, серед яких одним із ключових розглядається розвиток сектору туризму і рекреації.

Поступове вичерпання потенціалу екстенсивного розвитку домінуючого ресурсномісткого виробництва промислових регіонів України не дозволяє адекватно вирішувати гострі системні соціально-економічні проблеми країни, що вимагає пошуку нових сфер, напрямків та важелів розвитку і модернізації економіки країни в цілому та її промислових регіонів [1, 21; 2, 32]. З цих позицій перспективним, з урахуванням наявного в країні ресурсного потенціалу, є розвиток сфери послуг, зокрема туристично-рекреаційного сектору.

Зміцнення та ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу є вагомим складовим розв'язком не

тільки країни, а й конкретного регіону, адже наявність значних ресурсів у даній сфері та віддача від їх використання уможлиблюють підвищення зайнятості і доходів населення та отримування значних надходжень до бюджетів всіх рівнів [3, 149]. Слід також мати на увазі, що туристично-рекреаційному сектору притаманний мультиплікативний ефект, тому його вплив на розвиток економіки України та складову частку у ВВП слід розглядати з урахуванням суміжних галузей, включаючи непрямі внески туристичної сфери та індукований внесок [4, 28].

Для промислових регіонів використання в якості стратегічного такого напрямку розвитку, як зміцнення і нарощування потенціалу сектору туризму і рекреації та підвищення ефективності використання цього потенціалу дозволяє реально розпочати структурну модернізацію економік цих регіонів, сприятиме переорієнтації сфер їх економічної діяльності на зростання доданої вартості, що створюється у сфері послуг і суміжних з туристично-рекреаційним секторам галузях, за рахунок більш ефективного використання наявних природно-ресурсних ресурсів.

У зв'язку з цим вважаємо за доцільне здійснити ряд заходів щодо надання інноваційного імпульсу розвитку туристично-рекреаційного сектору в Україні. Проведені в Інституті економіки промисловості НАН України дослідження в рамках НДР за темою «Модернізація економіки промислових регіонів України в умовах децентралізації управління», а також вивчення кращого досвіду країн-членів Європейського Союзу щодо розвитку туристично-рекреаційного сектору на інноваційній основі показують, що такий імпульс може забезпечити реалізація наступного комплексу заходів:

□ удосконалення управління та координації розробки, просунення та реалізації туристичних продуктів на

регіональному рівні;

- розширення сезону для регіональних активів туристично-рекреаційного сектору, які неповно використовуються;

- покращення екологічного туризму та природоохоронних заходів у регіоні;

- з'єднання місцевих культурних активів з інноваційними цифровими інструментами / програмами та створення нових бізнес-моделей;

- застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для тематичних маршрутів, розробки інноваційних програми туризму з акцентом на культурно-історичну спадщину та створення онлайн-платформи для підтримки персоналізованих туристичних послуг;

- поєднання історії місцевості та її кухні для диверсифікації туристичних маршрутів та розробки кооперативних туристичних проєктів для зв'язку місцевості, історії та гастрономії;

- удосконалення системи управління ланцюгами постачань в рамках туристично-рекреаційних кластерів;

- запровадження системи розробки регіональних стратегій розумної спеціалізації в регіонах, які мають потенціал розвитку туризму та рекреаційної діяльності.

Надаємо більш розгорнуте пояснення сутності суті цих пропозицій.

1. Удосконалення управління та координації розробки, просування та реалізації туристичних продуктів на регіональному рівні. Доцільно в кожній області, яка має потенціал розвитку туризму, створити організацію для координування діяльності з формування відповідної інфраструктури та маркетингу туристичного продукту регіону. Ця організація матиме статус неурядової неприбуткової організації, в створенні якої мають взяти участь представники всіх суб'єктів господарювання та

організацій (зацікавлених сторін), що входять в або здійснюють вплив на регіональні ланцюги створення вартості у туристично-рекреаційному секторі регіону, зокрема: муніципалітети та регіональні уряди, органи управління національними парками, туристичні агентства, представники готельного бізнесу, торгові палати, мережі місцевих виробників продуктів харчування та навчальних закладів тощо. Така організація має мати невеликий штат (3 - 5 чоловік), основними завданнями якого будуть організація спільних заходів всіх зацікавлених сторін, що мають відношення до сектору, підготовка, супроводження і моніторинг відповідних стратегічних рішень та представляти їх інтереси в органах влади різного рівня.

2. Розширення сезону для регіональних активів сектору, які неповно використовуються. Сутність цієї пропозиції полягає в організації позасезонних культурних, пізнавальних і спортивних заходів, щоб продовжити туристичний сезон (реабілітаційний туризм також можна включити до цього напрямку активізації діяльності сектору). Для реалізації цієї пропозиції необхідна участь всіх зацікавлених сторін в регіональному ланцюгу створення вартості туристичного продукту, включаючи регіональні управління та місцеві управління культури та спорту, торговельні палати, місцеві спортивні асоціації та команди. Першим кроком в реалізації цієї пропозиції буде складання карт невикористаних активів та творчий пошук нових способів їх використання. Наступним буде узгодження з іншими зацікавленими сторонами нового напрямку використання цих активів в більш широкому контексті. Також необхідно визначитися стосовно можливих заходів щодо отримання необхідних дозволів для здійснення відповідних видів діяльності. Кінцевим етапом підготовки до реалізації цього напрямку (проекту) активізації туристично-рекреаційної діяльності в позасезонний період буде розробка

та реалізація відповідних рекламних та маркетингових планів, що є ключовим для досягнення успіху проекту.

3. Покращення екологічного туризму та природоохоронних заходів у регіоні. Пропозиція полягає у вдосконаленні інфраструктури підтримки екологічного туризму та природоохоронних заходів (походи, альпінізм, спостереження за птахами та тваринами, гірський велосипед, фотополювання, кемпінги, збирання лікувальних трав (трав'яний туризм) тощо), особливо в межах існуючих національних парків регіонів. Участь у відповідних заходах цього напрямку залучить більшість зацікавлених сторін у ланцюжки створіння вартості туристичного продукту. Керівні органи національних парків, які існують в регіонах, необхідні в цьому сенсі для встановлення та виконання загальнодержавних правил і умов щодо того, які види діяльності дозволяються в національному парку. Підприємці будуть розробляти продукт, надавати послуги та здійснювати діяльність на свіжому повітрі відповідно до рамок, встановлених національним парком, і разом з ними отримувати частину своїх доходів. Органи регіональної влади мають забезпечити досягнення взаємної домовленості між вищезгаданими сторонами. Меморандум про взаєморозуміння між керівними органами національних парків і представниками бізнесу про засоби та способи експлуатації їх природних ресурсів має бути розроблений та оприлюднений. Крім того, слід узгодити модель розподілу доходів між національними парками та підприємствами, які використовують свої активи в спільній діяльності.

4. З'єднання місцевих культурних активів з інноваційними цифровими інструментами / програмами та створення нових бізнес-моделей. Пропозиція полягає в експлуатації місцевих культурних ресурсів з використанням інноваційних цифрових інструментів та інформаційно-комп'ютерних технологій для створення нових форм або

моделей ведення бізнесу у туристичній галузі. Запропоноване сприятиме: (а) підвищенню рівня оприлюднення та обізнаності щодо багатой культурної спадщини України та конкретного регіону; (б) сприянню активізації культурного туризму та заохочення до участі в створенні доданої вартості в цій сфері більш широкого кола зацікавлених сторін. Для реалізації цієї пропозиції потрібні наступні ключові партнери:

- регіональні / місцеві органи влади, які відповідають за управління активами культурної спадщини;

- підприємці з різних галузей промисловості, які можуть використовувати відповідний бренд, пов'язаний з даною культурною спадщиною;

- представники ІТ-компаній;

- експерти з соціальних мереж, соціальні групи / організації, які можуть підтримати ідею шляхом впровадження нових форм соціальних інновацій.

Управління і координацію реалізації цього напрямку активізації туристичної діяльності (проекту) можна покласти на зазначену у п.1 неурядову неприбуткову організацію.

5. Застосування ІКТ для тематичних маршрутів. Розробка інноваційних програми туризму з акцентом на культурно-історичну спадщину. Створення онлайн-плат-форми для підтримки персоналізованих туристичних послуг. Ідея пропозиції полягає у формуванні тісного співробітництва між органами регіонального/місцевого самоврядування, ВНЗ, дослідницькими центрами та бізнесу в процесі створення сучасних програм, які базуються на ІКТ, для тематичних туристичних маршрутів. Запропоноване допоможе: (а) покращити можливості професійних туристичних гідів; (б) започаткувати реалізацію концепції індивідуальних гідів на основі інтересів конкретних туристів; (в) створити віртуальну організацію керування туристичними маршрутами на основі

публічно-приватного партнерства. Для реалізації пропозиції необхідні наступні ключові партнери:

- державні органи, відповідальні за розвиток культури і туризму, ВНЗ та академічні заклади – для сприяння вирішенню відповідних юридичних аспектів організації тематичних маршрутів та доступу до відкритих даних, інформаційних джерел;

- приватний сектор – для здійснення необхідних заходів поточної організації та управління цільовим маршрутом.

Слід також мати на увазі, що для реалізації цього напряму потрібні гіді з вдосконаленими навичками, а також вирішення питань сертифікації цієї діяльності. Реалізації проекту потребує наступних етапів:

- створення відповідної допоміжної структури з необхідним технічним оснащенням – для обслуговування та підтримування в актуальному стані онлайн-платформи персоналізованих туристичних послуг;

- розробка бренду маршрутів та їх просування;

- збір ринкових даних щодо попиту на маршрути, їх аналітична обробка;

- розробка контенту маршрутів, з відповідними даними та допоміжним матеріалами;

- відбір та навчання персоналу для імплементації маршрутів.

6. Поєднання історії місцевості та її кухні для диверсифікації туристичних маршрутів. Розробка кооперативних туристичних проєктів для зв'язку місцевості, історії та гастрономії. Ідея пропозиції полягає у розробці стратегії гастрономічного туризму, яка буде впливати на розвиток туризму в регіонах. Основні цілі такої стратегії:

- асоціювання історії місцевості з її специфічною кухнею або скупченням різних кухонь (української та національних меншин);

- просування місцевих страв, пов'язаних з місцевими легендами, рецептами тощо, і з'єднання вищесказаного зі знаменитими кухарями, місцевими подіями тощо;
- організація гастрономічних конкурсів в містах регіону з відповідною схемою нагородження учасників;
- розробка нових та осучаснення існуючих туристичних напрямків, пов'язаних з агропродовольчими ланцюгами створення вартості.

В розробці та реалізації такої стратегії мають приймати участь різні групи зацікавлених сторін, включаючи органи регіональної влади / місцевого самоврядування, представники готельного та ресторанного бізнесу, виробники місцевих продуктів харчування та віна і спиртних напоїв, дослідницькі центри (в області історії, антропології, гастрономії), місцеві ВНЗ та професійні навчальні центри. Доречним буде встановити регіональну угоду щодо якості та цінової політики всіх суб'єктів агропродовольчих ланцюгів створення вартості в туристичному секторі, а також посилити співпрацю з сусідніми регіонами і активізувати участь громадян у створенні маршрутів (кооперативних проєктів) гастрономічного туризму. Певним організаційним заходом для реалізації зазначеної вище стратегії може стати створення регіональних кулінарних центрів, основним завданням яких буде підвищення знань місцевих акторів туристичного сектору щодо можливостей місцевої кухні.

7. Удосконалення системи управління ланцюгами постачань в рамках туристично-рекреаційних кластерів. У зв'язку з відсутністю налагодженої логістичної та інформаційної системи туристично-рекреаційного сектору регіонів України просування, передусім, регіональних туристичних продуктів здійснюється в дезінтегрованому комунікативному середовищі. Важливим механізмом акумулювання туристичних ресурсів та їх ефективного використання виступають кластери, створення яких потребує

сучасних механізмів інформаційного забезпечення та управління впродовж всього ланцюга постачань в рамках створення вартості туристичного продукту. Обов'язково треба мати на увазі, що сенс створення туристично-рекреаційного кластеру полягає у наданні рекреаційних послуг і вдосконаленні взаємовідносин між партнерами, що повинно характеризуватися безперервністю та взаємопов'язаністю. Проте існує певна проблема, яка пов'язана з тим що структурні елементи, якими є суб'єкти господарювання в туристично-рекреаційному секторі безпосередньо та в суміжних з ним галузях перебувають на різному рівні розвитку, що ускладнює залучення єдиної стратегії розвитку для всіх підприємств і організацій, які входять до кластеру [5, 193]. Тому дана пропозиція стосується необхідних заходів зі забезпечення сталості ланцюгів постачань та гармонійного розвитку всіх учасників туристично-рекреаційних кластерів, що склалися або формуються в регіонах країни.

Управління ланцюгом постачань в процесі надання туристичних послуг в рамках регіональних туристично-рекреаційних кластерів передбачає інтеграцію наступних ключових бізнес процесів:

- управління взаєминами із споживачами за допомогою регіональної системи інтегрованих маркетингових комунікацій;

- інформаційне обслуговування туристів;

- управління виконанням замовлень;

- підтримка процесів формування туристичних продуктів;

- управління процесу комплектації туристичних продуктів та забезпечення необхідною інформацією;

- моніторинг та контроль дотримання соціальних і екологічних стандартів в процесі надання туристично-рекреаційних послуг та оцінка рівня сталості розвитку

туристично-рекреаційного кластеру на основі чіткої системи вимірювання економічних, соціальних і екологічних показників діяльності кластеру;

- моніторинг факторів ризику в діяльності учасників регіонального туристично-рекреаційного кластеру, розробка та супроводження реалізації запобіжних заходів.

Сучасна практика створення та функціонування туристично-рекреаційних кластерів в регіонах України підтверджує доцільність впровадження системи управління, націленої на забезпечення сталості ланцюгів постачань в діяльності подібних кластерів у всіх регіонах. В той же час досвід формування таких систем в країні відсутній, до того ж бракує необхідних фахівців, що володіють знанням та навичками щодо розробки та імплементації таких систем управління. Тому для реалізації даної пропозиції необхідно:

- вивчити, узагальнити та розповсюдити кращий зарубіжний досвід щодо організації управління сталими ланцюгами постачань в рамках туристично-рекреаційних кластерів, зокрема в Європейському Союзі;

- розробити відповідні методичні та презентаційні матеріали щодо організації управління сталими ланцюгами постачань в рамках туристично-рекреаційних кластерів, забезпечити відкритий доступ до них через інтернет, а також провести низку відповідних тренінгів в регіонах для представників існуючих туристично-рекреаційних кластерів та фахівців органів регіонального управління та місцевого самоврядування, які відповідають за розвиток туристично-рекреаційного сектору на підпорядкованих ним територіях;

- розмістити державне замовлення в провідних ВНЗ регіонів, в яких існує певний потенціал розвитку туристично-рекреаційного сектору, стосовно розробки навчальних матеріалів та підготовки необхідної кількості фахівців зі спеціалізацією «Менеджмент в туристично-рекреаційному кластері».

8. Запровадження практики розробки регіональних стратегій розумної спеціалізації в регіонах, які мають потенціал розвитку туризму та рекреаційної діяльності. Дана пропозиція базується на тій реальності, що підписавши Угоду про асоціацію з Європейським Союзом Україна зобов'язалась співробітничати з ЄС в сфері покращання умов для підприємницької діяльності для всіх суб'єктів господарювання з особливою увагою до малих і середніх підприємств, що має ґрунтуватися на політиці ЄС щодо розвитку малого та середнього підприємництва та промисловості, з урахуванням міжнародно визнаних принципів і практики в цих сферах (ст. 378 Угоди). За останнє десятиріччя в політиці інноваційного розвитку і згуртування ЄС ключове місце займає розумної спеціалізації (smart specialisation). Концепція розумної спеціалізації надає великого значення залученню всіх місцевих зацікавлених сторін (органів регіонального і місцевого самоврядування, бізнес-асоціацій, університетів, профспілок та інших неурядових організацій) в процес ідентифікації конкретних об'єктів для цільової підтримки, а також забезпечення приватно-державної координації діяльності в процесі реалізації розробленої стратегії, її моніторингу та оцінки ефективності.

Центральним елементом концепції розумної спеціалізації, який відрізняє його від традиційних схем інноваційної та промислової політик, є фокусування на «підприємницькому пошуку» або «підприємницькому самопізнанні», яке представляє собою процес, за допомогою якого підприємці розуміють, що конкретний товар, послуга або вид діяльності, можуть бути вироблені або здійснюватися на даній території, з деякими конкурентними перевагами і, можливо, при більш низькій собівартості, аніж в інших регіонах. Цей процес «самопізнання» дозволяє уникнути імітацій стратегій інших регіонів і країн, та визначити

пріоритетні напрямки діяльності, в яких регіони можуть спеціалізуватися, зокрема заходи щодо удосконалення туристично-рекреаційної інфраструктури на регіональному та загальнодержавному рівні. Такі стратегії розумної спеціалізації були розроблені для туристично-рекреаційних секторів низки європейських регіонів, зокрема: Алгарве (Португалія), Сицилія (Італія), Рона-Альпи (Франція), Східна Македонія і Фракія (Греція) та Куявсько-Поморський (Польща) [6].

Європейська Комісія в 2011 р. створила Платформу для підтримки розробки стратегії розумної спеціалізації (S3Platform). Ця платформа покликана сприяти зареєстрованим на ній регіонам і державам в розробці, реалізації та оцінці регіональних стратегій розумної спеціалізації, а також допомагати представникам регіонів визначати види діяльності з високою доданою вартістю, які надають найкращі шанси для зміцнення їх конкурентоспроможності. Реєстрація на Платформі PS3 відкрита для регіональних і національних адміністрацій країн-членів ЄС, країн-кандидатів для приєднання і країн-сусідів Європейського Союзу. З 2014 р. Європейською Комісією встановлено за правило, що європейські регіони можуть отримувати фінансування з Фонду регіонального розвитку ЄС тільки при наявності регіональної стратегії розумної спеціалізації, зареєстрованій на S3 Platform [7, 10].

Вивчення досвіду зазначених вище регіонів стосовно розробки регіональних стратегій розумної спеціалізації з орієнтацією на туристично-рекреаційний сектор, а також реєстрація відповідних українських регіонів на європейській Платформі для підтримки розробки стратегії розумної спеціалізації буде сприяти поширенню цього інструменту у практиці стратегічного управління розвитку туристично-рекреаційного сектору в регіонах України. Це дозволить регіонам звертатися до європейських фондів на предмет

отримання фінансування для реалізації конкретних заходів з розвитку сталого туризму та відповідних природоохоронних заходів. Окрім того, наявність такої стратегії в регіоні розглядається як артикульована заява місцевої влади та бізнес-спільноти про готовність залучати інвестиції в розвиток туристично-рекреаційного сектору та надавати належні преференції для приватних інвесторів, в тому числі іноземних.

Література:

1. Амоша О.І. Перший етап модернізації економіки України: монографія / О.М. Климов, О.І. Амоша та ін.; за заг. ред. В.І. Ляшенка; ІЕП НАН України. – Запоріжжя: КПУ, 2014. – 798 с.
2. Булеев И.П. Экономика Украины на современном этапе: институциональный аспект / И.П. Булеев // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 1. – С. 26-33.
3. Сисоєва С. І. Механізми вдосконалення розвитку регіонального туризму України / С. І. Сисоєва // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 3. – С. 148 – 153.
4. Слюсарчук О.П. Застосування принципів сталого розвитку в державному управлінні рекреаційно-туристичною сферою / О.П. Слюсарчук // Державне управління: теорія та практика. – 2014. – №2. – С. 27-33.
5. Добуш Ю.Я. Особливості формування кластерів у рекреаційній сфері / Ю.Я. Добуш // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». Логістика. – 2008. – С.192-197.
6. Digitalisation and Safety for Tourism: Thematic Smart Specialisation Platform for Industrial Modernisation. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/tourism>
7. Implementing Smart Specialisation: A Handbook / С. Gianelle, D. Kyriakou, С. Cohen and M. Przeor (eds). – Brussels: European Commission, 2016/ - 119 p. [doi:10.2791/53569].

Буркинський Б.В.

д.е.н., професор, академік НАН України,
директор Інституту проблем ринку
та економіко-екологічних досліджень НАН України (Одеса),
голова Одеського правління Спілки економістів України

Мартієнко А.І.

д.е.н., старший науковий співробітник,
зав. відділом економічного регулювання природокористування,
Інститут проблем ринку та економіко-
екологічних досліджень НАН України (Одеса)

ВІДНОСИНИ ВЛАСНОСТІ НА ПРИРОДНІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ – ОСНОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Природний капітал є невід’ємною та найсуттєвішою (понад 50%) складовою національного багатства України. Водні, земельні, лісові ресурси, флора та фауна – все це в значній мірі формує рекреаційно-туристичний потенціал, який потрібно ефективно використовувати у вітчизняному господарстві для збільшення валового внутрішнього продукту, національного доходу, підтримування виконання соціальних та екологічних програм, направлених на оздоровлення людини та охорону і відновлення об’єктів природи. Ринкові відносини в усіх сферах національної економіки, в тому числі й у рекреаційно-туристичному секторі, визначаються розвитком відносин власності на фактори виробництва – основні фонди, оборотні активи та природні ресурси. Саме тому, держава, як головний розпорядник власністю народу на природні ресурси, повинна забезпечувати ефективне управління загальнонародною власністю, у зв’язку з чим актуалізується питання пошуку нових методологічних підходів щодо врегулювання відносин власності на рекреаційно-туристичні ресурси та об’єктивної оцінки їх обсягів.

В Інституті проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України проводяться розробки щодо дослідження процесів привласнення природних ресурсів на рівні держави, громади та суб'єктів господарювання. Визначено, що приватними господарями основних фондів на рекреаційно-туристичні ресурси привласнюється основна частка доходів від використання природних ресурсів, а народом та державою – «привласнюються» економіко-екологічні збитки, які завдаються навколишньому природному середовищу від їх діяльності. Зараз ситуація складається так: народ як власник природних ресурсів делегує право розпоряджатися ними державі, яка, у свою чергу, передає його громаді, а вона через місцеві органи влади передає природний ресурс у володіння та використання суб'єктам господарювання різних форм і прав власності. Суб'єкт господарювання веде трудову діяльність з використанням природних ресурсів і привласнює дохід. Важливо зазначити, що органами управління природокористуванням не визначено обмежень щодо передачі природного ресурсу у власність або для використання. Не розроблено критеріїв, умов, зобов'язань щодо передачі природного ресурсу і відповідно подальшого його використання. Суб'єкт економічної діяльності одержує дохід, що розподіляється між ним та державою у вигляді податків, рентних та екологічних платежів, що надходять до державного бюджету, та «привласнюється» народом. На рис.1 схематично представлено зазначені вище відносини.

Діюча сьогодні система зборів та плати за спеціальне використання природних ресурсів забезпечує невеликі надходження в доходах зведеного бюджету. Так, аналіз показує, що у періоді 2011–2016 рр. вони коливаються від мінімуму 3,72% у 2011 р. до максимуму 7,37% у 2014 р. у порівнянні з такими факторами наповнення зведеного державного бюджету як податки на прибутки юридичних та

фізичних осіб, податок на додану вартість, акцизний збір тощо.

Таблиця 1.

Частка зборів та платежів за спеціальне використання природних ресурсів в доходах зведеного держбюджету 2011–2016 рр. та станом на 30.06.2017 р.*

Рік	Доходи зведеного держбюджету		Збори та плата за спеціальне використання природних ресурсів	
	млн грн	% ВВП	млн грн	% від заг. доходів
2011	387853,0	29,8	14826,0	3,72
2012	432944,0	30,7	17537,0	3,94
2013	429986,0	29,7	28862,9	6,52
2014	443983,0	28,3	33596,7	7,37
2015	652031,0	32,9	41958,2	6,43
2016	782749,0	32,8	46608,4	5,95
Станом на 30.06. 2017	932944,0	36,1	28291,8	4,99

* Розраховано за даними [3].

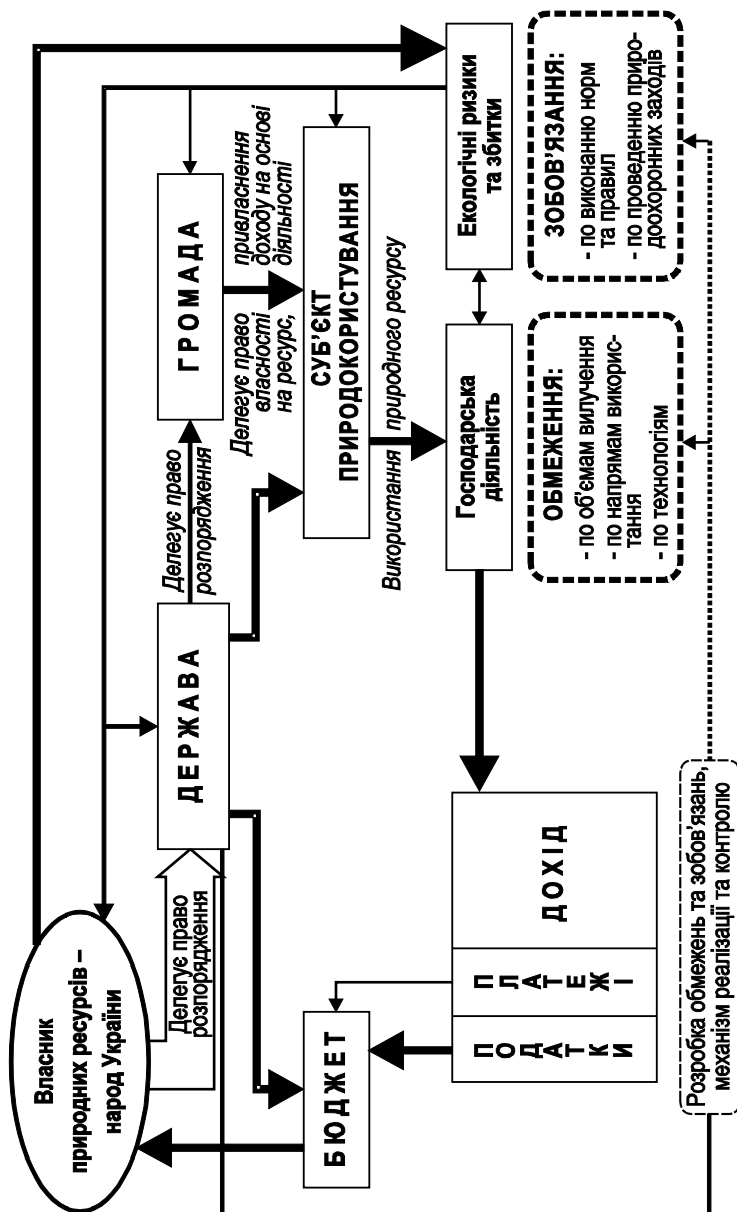


Рис.1. Привласнення природних ресурсів на рівні держави, громади та суб'єктів господарювання [1]

З 2011 по 2016 р. Україна мала дефіцит державного бюджету, що коливався в межах від -0,56% (- 30898,5 млн грн) у 2015 р. до -4,60% (-72030,5 млн грн.) у 2014 р., на цьому фоні видатки консолідованого державного бюджету на охорону навколишнього природного середовища складали від 0,67% (3482 млн грн) у 2014 р. до 1,11% (5594 млн грн) у 2013 р. (табл.2), що є явно недостатнім для освоєння, охорони, відновлення та відтворення природних ресурсів держави, зокрема її рекреаційно-туристичного потенціалу. На жаль, така тенденція продовжується і у 2017 р., коли за шість місяців поточного року спостерігається профіцит державного зведеного бюджету, а видатки на охорону навколишнього природного середовища становили лише 0,6%.

Таблиця 2.

**Видатки зведеного держбюджету на охорону
навколишнього природного середовища (НПС)
2011–2016 рр. та станом на 30.06.2017 р.***

Рік	Дефіцит (профіцит) зведеного держбюджету		Видатки зведеного держбюджету на охорону НПС	
	млн грн	% ВВП	млн грн	% від загального обсягу витрат держбюджету
2011	-23057,9	-1,75	3891,0	0,93
2012	-50785,7	-3,60	5298,0	1,08
2013	-63590,3	-4,37	5594,0	1,11
2014	-72030,5	-4,60	3482,0	0,67
2015	-30898,2	-1,56	5530,0	0,81
2016	-54682,6	-2,29	6252,0	0,75
Станом на 01.08.2017	+52820,3	-	3072,7	0,60

* Розраховано за даними [4].

Внутрішні податки на товари і послуги та податки на доходи, прибуток, збільшення ринкової вартості складають більше 60%. Природні ресурси, в тому числі і рекреаційно-

туристичні, є надбанням усього народу України, який повинен отримувати дохід від своєї власності у грошовій або в іншій формі. Треба зауважити, що природні ресурси привласнюються суб'єктами господарювання та дають можливість їм розбудовувати різноманітні види діяльності з використанням рекреаційно-туристичних природних ресурсів і умов фактично безоплатно, адже на сьогоднішній день не встановлено адекватних платежів за використання різних ресурсів, зокрема пляжних територій, видобування мінеральних, термальних вод, лікувальних грязей, використання лісних масивів приватним бізнесом тощо. З іншого боку, підняття платежів за використання природних рекреаційних ресурсів призведе до росту цін на послуги цієї сфери.

Значні різноманітні природні ресурси в Україні можуть використовуватись в якості рекреаційних, але це потребує великих інвестицій, формування відповідного іміджу природних територій, «розкрутка» брендів курортів, формування єдиної політики виробництва та просування рекреаційних послуг на світовий та внутрішній ринки, що не завжди може бути досягнуто приватним бізнесом.

Держава правомірно зосереджує власність на природно-заповідні та інші унікальні території та управління ними у своїх руках, проте власність – це не тільки ствердження належності природного об'єкта до держави, але й відповідальність за екологічний стан рекреаційного ресурсу. Зараз, виходячи з об'єктивних та суб'єктивних обставин, як то: обмеженість доходів бюджету, необхідність виконання соціальних програм та гарантій, пенсійних витрат, військових дій; держава не має можливості виконувати основні функції власника природних об'єктів, виділяти в необхідній кількості інвестиційні ресурси на охорону, відновлення та відтворення рекреаційних ресурсів. Також не правомірно стверджувати, що ефективною є тільки державна власність на природні

рекреаційні ресурси, оскільки державні службовці приймають не завжди оптимальні рішення щодо їх використання. У цих випадках держава передає природні ресурси у безстрокову оренду або приватну власність.

Зараз в різних регіонах України спостерігається несприятлива ситуація з раціональним використанням природо-ресурсного та рекреаційного потенціалу. Так, наприклад, багаті на лікувальні цілющі властивості території південного регіону, зокрема: Херсонської (Скадовськ, Арабатська Стрілка, Асканія-Нова та інші), Одеської (лимани Сасик, Куяльник, дельта р. Дунаю та інші), Миколаївської (мальовничі ландшафти берегів р. Південний Буг, Тилігульського та Бейкушського лиманів) областей; освоюються спонтанно, перевага віддається не рекреаційним видам господарської діяльності або відсутність інвестицій призводить до деградації та втрати унікальних природних об'єктів. Рекреаційні багатства лісових масивів Прикарпаття та Закарпаття використовуються локально, по традиційним сформованим, ще за радянських часів, курортам Трускавець, Моршин, Свалява. Прикладом не виважених управлінських рішень є планування видобутку сланцевого газу на рекреаційних територіях, що призведе до їх виведення з господарського обігу та понівечить природу Карпат, негативно вплине на екологію та економіку країни. На думку різних вчених, в Карпатському регіоні з економічних позицій доцільно розвивати курорти, рекреацію та відпочинкову сферу.

Тому актуальним завданням є пошук, розробка та впровадження нових форм співпраці держави та приватного бізнесу в розбудові рекреаційно-туристичної діяльності в Україні, зокрема через удосконалення відносин власності в рекреаційно-туристичному природокористуванні.

Одним з першочергових завдань є вдосконалення інституціонального середовища, зокрема:

- формування державними органами управління єдиної державної політики, яка стосується прийнятних форм і прав власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси з урахуванням їх соціальної значущості, унікальності, а також визначення на основі цього природних рекреаційних ресурсів як тих, що можуть бути тільки в державній власності та використовуватися державними підприємствами, так і тих, що можуть перебувати в інших формах і правах власності та використовуватися недержавними підприємствами;

- удосконалення нормативно-правової бази відносин з приводу реалізації форм і прав власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси, що виникають між державою, власником, користувачами і третіми особами; формування договірних відносин між суб'єктами власності; вдосконалення системи плати за використання рекреаційно-туристичних природних ресурсів; мотивації природокористувачів до залучення рекреаційно-туристичних природних ресурсів до господарського обороту;

- формування механізму реалізації та контролю за виконанням системи соціо-еколого-економічних обмежень щодо форм і прав власності у процесі використання, обміну та споживання природних рекреаційно-туристичних ресурсів;

- мінімізації трансакцій державного управління при передачі у власність рекреаційних природних ресурсів, а також контролю та специфікацій форм і прав власності на природні рекреаційно-туристичні ресурси;

- формування та впровадження системи нормативів щодо скидів і викидів забруднюючих речовин та лімітів споживання рекреаційно-туристичних природних ресурсів рекреаційно-туристичною сферою та іншими секторами економіки. Вдосконалення інструментарію використання кадастрової інформації про рекреаційно-туристичні території та ресурси як екосистемну сукупність рекреаційних

та інших природних ресурсів;

- формування і впровадження економічного та економіко-екологічного моніторингу, контролю та експертизи стану основних фондів суб'єктів рекреаційно-туристичної сфери і їх впливу на природні рекреаційні ресурси, дотримання ними обмежень та обтяжень при використанні природних ресурсів. Одержані дані використовуються для своєчасного реагування на порушення обмежень щодо форм і прав власності на природний об'єкт та інтересів третіх осіб, для формування висновків про необхідність зміни форми, права або суб'єкта власності на природний ресурс з метою його збереження, відтворення та раціонального використання;

- формування організаційних механізмів доступу громадськості до оцінювання напрямів використання рекреаційно-туристичних природних ресурсів, шляхів їх здійснення, контролю над проведенням торгів, аукціонів, які стосуються природних ресурсів, зміни форм, прав та суб'єктів власності.

В авторському баченні запропоновані напрями вдосконалення інституціонального середовища розширюються та уточнюються відповідно до конкретних видів рекреаційних природних ресурсів. Вони являють собою систему, яка дозволяє реалізувати делеговані державі повноваження щодо розпорядження народною власністю у вигляді природних ресурсів.

Система державного управління не забезпечена науковим обґрунтуванням для цілеспрямованого впровадження ефективних форм власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси та формування результативних взаємовідносин власності на рівні держави, адміністративно-територіальних одиниць, користувачів, власників і третіх осіб. Це призводить до зменшення обсягів поповнення державного та місцевих бюджетів і подальшого ефективного розподілу

коштів, одержаних від використання загальнонародної власності на природні ресурси, перешкоджає визначенню результативних суб'єктів власності та їх зміні в разі необхідності [5].

Законодавче визначення та закріплення основних форм власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси є недосконалим, тому потрібно наукове обґрунтування ознак та критеріїв, за якими рекреаційно-туристичні природні ресурси повинні бути тільки в державній власності і використовуватися лише державними підприємствами (наприклад, використовувати свердловини з лікувальною мінеральною водою має підприємство з державною формою власності, що дозволить встановлювати державні ціни та не збільшувати їх при реалізації води санаторіям, а також постачати мінеральну воду в першу чергу установам рекреаційної сфери, а потім – у роздрібний продаж тощо). Окремо необхідно науково обґрунтувати та визначити критерії та ознаки, за якими рекреаційно-туристичні природні ресурси можуть бути в інших формах власності та використовуватися різними власниками основних факторів виробництва.

Пріоритетною для держави має бути міжвідомча координація дій Мінекономрозвитку, Мінприроди, МОЗ, Мінагрополітики та ресурсних агентств щодо інтеграції політики привласнення рекреаційно-туристичних природних ресурсів з урахуванням форм і прав власності та їх інституціонального забезпечення.

Відповідно до визначених рівнів управління рекреаційно-туристичною сферою пропонується:

на загальнодержавному рівні:

- прийняття законів щодо ефективного ведення рекреаційно-туристичної діяльності суб'єктами господарювання різноманітних форм власності на природні та матеріальні фактори виробництва. Зокрема,

вдосконалення нормативно-правового базису у сфері регламентування використання та розвитку природних рекреаційних ресурсів (прийняття законів «Про рекреаційні природні ресурси України», «Про землі рекреаційного призначення»), формування кадастрів природних рекреаційно-туристичних ресурсів загальнонаціонального значення та регламентація суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності (сертифікація ресторанів, готелів з урахуванням стану довкілля, маркування відповідно до наявності комплексу природних ресурсів – джерел з мінеральною або термальною водою, грязями, біотою тощо) узгоджених з вимогами міжнародного законодавства;

- формування обґрунтованої політики та розробка державної стратегії у сфері розвитку відносин привласнення природних ресурсів на основі функціонування різноманітних форм, прав власності, встановлення обмежень щодо використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів та ведення відповідної господарської діяльності. Необхідно подолати відомче розмежування в регулюванні рекреаційно-туристичної діяльності і окремого управління рекреаційно-туристичними природними ресурсами;

- розробка організаційно-економічного механізму управління природними рекреаційно-туристичними ресурсами як єдиною поліфункціональною економіко-екологічною системою держави;

- розробка нормативно-методичних документів визначення альтернатив (альтернативних варіантів) використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів з позиції загальнонародних та регіональних соціо-еколого-економічних інтересів. Більшість з природних рекреаційно-туристичних ресурсів поліфункціональні, можуть бути задіяні у господарському обороті з іншою метою та в різних видах економічної діяльності. Необхідно враховувати

унікальність їх лікувально-оздоровчих властивостей, вичерпність, не відтворюваність тощо;

- наукове обґрунтування ефективних форм власності на природні рекреаційно-туристичні ресурси з урахуванням їх вичерпності, відновлюваності та унікальності;

- створення системи контролю за цільовим використанням та охороною, відновленням, відтворенням природних рекреаційно-туристичних ресурсів суб'єктами економіки та інструментів впливу на них у разі порушення умов передачі у власність або користування цих ресурсів;

- удосконалення системи міжбюджетних відносин між державою, областю та містом щодо дотацій, субсидій використання, охорони, відновлення та відтворення природних ресурсів, які перебувають в державній, комунальній та приватній формах власності;

- пропонується розширити повноваження Департаменту туризму та курортів Мінекономрозвитку або створити як альтернативу координуючий орган (Управління використання природних ресурсів та розвитку рекреаційно-туристичної діяльності) на основі перерозподілу компетенції, прав, обов'язків і функцій існуючих структур з метою формування єдиної політики держави щодо вдосконалення використання рекреаційно-туристичних природних ресурсів та підвищення ефективності рекреаційно-туристичної діяльності. Для ефективної роботи такого органу управління необхідно вдосконалити існуючу інформаційну базу даних про використання природних ресурсів і стан рекреаційно-туристичної діяльності з позицій відносин власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси та основні виробничі фонди суб'єктів господарювання. Ця інформація повинна містити не тільки економічну та грошову оцінку природного ресурсу, але й аналіз альтернатив його використання з позиції національної економіки.

на регіональному та місцевому рівнях:

- проведення регламентації та виокремлення рекреаційних земель при плануванні містобудівної діяльності для вдосконалення екологічного управління відповідними територіями;

- розробка паспортів рекреаційних територій, рекреаційних природних та матеріальних ресурсів, на основі яких визначається альтернативність їх використання та доцільність зміни цільового призначення;

- ведення регіональних кадастрів природно-рекреаційних ресурсів, інформація яких має враховуватись у містобудівному кадастрі, що сприятиме збалансованому розвитку рекреаційного природокористування;

- розробка та реалізація цільових програм розвитку рекреаційно-туристичного комплексу регіону на основі залучення нових форм інвестиційного забезпечення та фінансування, зокрема державно-приватного партнерства, міжнародного та міжрегіонального співробітництва. Посилення державно-приватного партнерства з врахуванням необхідності збільшення рекреаційних територій, їх впорядкування та оновлення, заохочення суб'єктів господарювання до рекреаційної діяльності та проведення природоохоронних заходів;

- вдосконалення системи адміністрування в сфері використання природних ресурсів з урахуванням рекреаційної цінності, унікальності та обмеженості окремих ресурсів, а також впливу на їх стан різних видів економічної діяльності в регіоні (ліцензування, видача дозволів, передача в оренду тощо);

- налагодження зв'язків та інформаційного забезпечення взаємодії органів державної влади, бізнес-сектору, громадських організацій та суспільства щодо використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів, їх охорони та відновлення суб'єктами господарювання, орендних відносин

(платежів та інших умов оренди) між комунальними власниками та приватними користувачами.

Висновки. Рекреаційне природокористування є могутнім фактором забезпечення екологічної безпеки та економічної діяльності одночасно, тому інформація про розвиток рекреаційного вектору використання територій стає невід’ємною частиною подальшого пізнання і оцінки динаміки використання природних рекреаційних ресурсів.

Україна володіє привабливими умовами та природними рекреаційно-туристичними ресурсами (кліматичними умовами, об’єктами природно-заповідного фонду, мінеральними лікувальними ресурсами тощо), забезпечена транспортною інфраструктурою, засобами розміщення, туристичними закладами тощо.

Масштаби рекреаційного природокористування визначаються, з одного боку, попитом на оздоровлення та культурно-пізнавальну діяльність, а з іншого – рівнем антропогенного навантаження, станом природного довкілля та комплексом інституційних перетворень, спрямованих на забезпечення сталого розвитку відповідних територій та задоволення рекреаційних потреб населення.

В системі державного управління розвитком рекреаційно-туристичної діяльності та регулювання раціонального використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів необхідно провести інституційні зміни на загальнодержавному, регіональному та місцевих рівнях, визначити повноваження та компетенції, що впроваджуються на кожному рівні. Сформувати систему економічних відносин, спрямовану на підтримку ефективного розвитку виробництва рекреаційно-туристичного продукту, раціонального використання природних ресурсів, що перебувають у різних формах власності, та задоволення соціальних прав та потреб споживачів.

Література:

1. Буркинський Б.В. Інституціональні засади вдосконалення відносин власності на рекреаційно-туристичні ресурси в Україні / Б.В. Буркинський, А.І. Мартієнко, Н.І. Хумарова // Науковий журнал «Економіка України». – 2017. – №2 (663) С. 61-73.
2. Про державний бюджет України на 2017 рік [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1801-19>
3. Доходы сводного бюджета Украины [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/budget/cons/income.php?2017>
4. Бюджет України [Електронний ресурс] / Ціна держави. – Режим доступу: <http://www.cost.ua/budget/deficit/>
5. Хумарова Н.І. Методологічні засади державного розпорядження рекреаційно-туристичними ресурсами в Україні / Н.І. Хумарова // Економічні інновації. – 2017. – Вип. №64. – С. 314-319

Внукова Н.М.
д.е.н., професор, завідувач кафедри
управління фінансовими послугами
Харківського національного економічного університету
ім. Семена Кузнеця,
голова Харківського обласного правління
Спілки економістів України

ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Актуальність. Світова економічна криза виявила слабкі ланки глобального господарського механізму та, з урахуванням активізації процесів глобалізації та інтеграції довела необхідність зміни світових центрів впливу, коригування напрямів руху капіталу, трансформації національних економічних систем, їх структури, правил регулювання, та принципів функціонування. Для України вирішення цього питання стає дедалі більш важливим у контексті реалізації стратегії інтеграції до європейського співтовариства.

В умовах підвищення рівня концентрації капіталу, посилення конкуренції (особливо з боку іноземних учасників), зростання вимог до достатності капіталу, ліквідності та платоспроможності суб'єктів господарювання стає очевидним, що наявна проблема розвитку ринку туристичних послуг України не може бути вирішена шляхом ведення окремими туристичними компаніями самостійної політики у цьому напрямку. Для отримання відчутного ефекту від реалізації програм розвитку необхідним є об'єднання зусиль різних учасників ринку.

Характерною особливістю ринку туристичних послуг України є їх достатньо високий рівень розвитку, між тим на ньому недостатньо використовуються туристичні інструменти, зокрема, страхові компанії та інші туристичні

установи. Тут важлива і особлива роль банків. Отже, для розвитку ринку туризму необхідно застосування кластерного механізму. Основні напрями формування об'єднань учасників ринку туристичних послуг це консолідація, інтеграція, договірні об'єднання, кластери за участі туристичних установ та без них.

При розгляді питання формування об'єднань учасників ринку туристичних послуг можна виділити два основних напрями: об'єднання виключно туристичних компаній і формування об'єднань за участю туристичних установ та суб'єктів господарювання різних галузей економіки.

У межах першого напрямку слід розглянути чотири варіанти. По-перше, консолідація, тобто інтенсифікація процесів злиття (створення нових туристичних компаній шляхом об'єднання двох або більше існуючих установ) і поглинання (припинення діяльності і передача усіх прав і обов'язків однієї чи декількох туристичних компаній іншій). По-друге, інтеграція – створення корпорацій тощо. По-третє, створення договірних об'єднань. Якщо розглядати можливості співробітництва безпосередньо туристичних компаній можливим є також варіант формування туристичних консорціумів – договірного об'єднання декількох турфірм з метою реалізації певних спільних заходів. Четвертим варіантом є становлення кластерних ініціатив – формування туристичних кластерів.

Другий напрям об'єднання зусиль розвитку учасників ринку туристичних послуг України передбачає становлення кластерних ініціатив у регіонах України шляхом утворення туристичних кластерів за участю туристичних установ.

Аналіз законодавчої бази [7; 11; 12; 14] та досліджень вчених Адамової К.З. [1], Олександрової А.Ю. [3], О.С. Бадзима [4], В. Вергелеса [5], А.Я. Мельник [9], Г.М. Самійленка [15] тощо [1; 16; 17] дозволив автору виділити характерні особливості зазначених варіантів

об'єднань за участю туристичних установ, скласти їх порівняльну характеристику, наведену у табл.1.

На підставі даних табл.1 можна стверджувати, що створення об'єднань туристичних установ, у тому числі за участю суб'єктів господарювання – туристичних компаній, у тій чи іншій мірі сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності. Однак, з урахуванням певних юридичних, організаційних та інших обмежень, доцільно основний акцент зробити на виявлення та розвиток кластерних ініціатив учасників ринку туристичних послуг, оскільки саме ця форма взаємодії найбільше відповідає сучасному стану національної економіки та загальносвітовим тенденціям.

Кластерна модель розвитку є вигідною як для невеликих туристичних компаній, так і для лідерів ринку. Перші отримують можливість розширення каналів реалізації своїх туристичних послуг, зменшується ризик витіснення з ринку або поглинання більш потужними конкурентами. Інші знижують ризики своєї діяльності та отримують синергетичний ефект від спеціалізації та диверсифікації, а також використовують інноваційний потенціал інших установ – партнерів по кластеру.

Таблиця 1.

**Порівняльний аналіз варіантів формування об'єднань
учасників ринку туристичних послуг
за участю туристичних установ**

Критерії порівняння	Конс оліда- ція	Холдинг	Консорціум	ПФГ(Тури- стично-фінан- сові групи)	Кластер
Правовий статус	Юридична особа		Не є юридичною особою		
Основа нормативно- правової бази (ЗУ – Закон України)	Господарський кодекс України [7]				Програми розвитку регіонів
		«Про холдин- гові ком- панії в Україні» [14]		ЗУ «Про ПФГ в Україні» [12]	
Рівноправність членів	-	-	+	-	+
Добровільність утворення	-	-/+	+	+/-	+
Юридична незалежність членів об'єднання	-	-	+	+	+
Єдиний орган (центр) управління	+	+	-	+	+
Кількість учасників у складі об'єднання	Не обмежена кількість			Не більше одного банку	Не обмежена
Можливість участі установи в інших по- дібних об'єднаннях	+	-	+	-	+
Розвиток інновацій	+	+	-	+	+
Централізація капіталу	+	+	+	+	+
Ефект синергії	+	+	+	+	+
Зниження витрат	+	+	+	+	+
Диверсифікація ризиків	-/+	-/+	+/-	+	+
Обмеженість терміну існування об'єднання	-		Термін дії угоди щодо співробіт- ництва	Термін реалі- зації державних програм розвитку	-

Для побудови загальної структури туристичного кластера можна використати запропоновану В.Г. Федоренко

[18] структуру виробничого кластера і доопрацювати її з урахуванням особливостей ринку туризму як галузі.

Ядром кластера має стати потужна туристична компанія, яка згенерує кластерну інфраструктуру (туристичні установи, постачальників сервісних послуг, виробників товарів, вищі навчальні заклади з підготовки фахівців для туризму, консалтингової компанії та ін.). На діяльність можливого об'єднання будуть впливати державні органи та інші зовнішні установи, які не входять до кластера.

Аналіз такої структури дозволяє стверджувати, що ядро туристичного кластера складають туристичні компанії чи підприємства певної галузі чи декількох споріднених галузей. Інші суб'єкти, у тому числі туристичні компанії, утворюють або інфраструктуру кластера або його зовнішнє середовище.

Отже, в контексті розвитку ринку туристичних послуг України особливу увагу необхідно приділити саме туристичним кластерам, які дозволяють отримати максимальний ефект від співробітництва туристичних установ та туристичних компаній. Також слід зазначити, що для туристичних кластерів також є більш ефективним входження до їх складу сформованих туристичних кластерів, ніж окремих туристичних установ.

У дослідженнях вчених можливе ототожнення поняття туристичного кластера як форми співробітництва туристичних компаній з поняттям туристичного супермаркету, який через агентів пропонує клієнтам в одному місці під одним брендом широкий спектр туристичних і сервісних послуг.

Як свідчить зарубіжний досвід, базою створення туристичного супермаркету виступають здебільшого великі туристичні компанії.

Незважаючи на схожість структури та ефектів від функціонування туристичного кластера та туристичного супермаркету ці поняття не є повністю тотожними. Зокрема,

О.І. Жданова [8] наголошує, що одними з основних відмінностей кластера від інших форм об'єднань суб'єктів економіки є наявність динамічної стимулюючої внутрішньо-кластерної конкурентної боротьби та децентралізація процесу прийняття управлінських рішень всередині кластера [8]. М. Войнаренко [6] у складі кластероутворюючих чинників називає концентрацію, комунікацію та конкуренцію, відзначаючи стимулюючу роль останньої. Туристичний супермаркет не передбачає конкурентних відносин між туристичними компаніями, що входять до його складу.

Аналіз досліджень дозволив виокремити певні відмінності понять «туристичний кластер» та «туристичний супермаркет», представлені у табл. 2.

Таблиця 2.

Порівняльний аналіз сутності понять «туристичний кластер» та «туристичний супермаркет»

Критерії порівняння	Туристичний кластер	Туристичний супермаркет
Інтенсивність інноваційних процесів	Безперервний процес інновацій у сфері туристичних послуг	Впровадження інновацій, однак акцент – на надання стандартизованих туристичних послуг
Внутрішня конкуренція	Наявна внутрішньо-кластерна конкуренція	Відсутня конкуренція між членами туристичного супермаркету
Пропоновані туристичні послуги	Великий асортимент туристичних послуг	Асортимент туристичних послуг Перевага надається комплексним та комбінованим туристичним послугам
Можливості клієнтів	Свобода клієнта у виборі туристичної компанії	Неможливість при комплексному обслуговуванні обрати інші туристичні компанії, окрім учасників туристичного супермаркету
Критерії порівняння	Туристичний кластер	Туристичний супермаркет
Централізація управління	Децентралізація процесу прийняття управлінських рішень	Централізація процесу прийняття управлінських рішень
Постійність складу	Гнучкість структури, оновлю-	Більш стала структура

і структури	ваність складу об'єднання	об'єднання, ніж у кластері
Ступінь ризику	Диверсифікація ризиків – зниження ризиків діяльності туристичних компаній	Концентрація диверсифікованих ризиків – підвищення ризику банкрутства за несприятливої кон'юнктури ринку
Наявність єдиної торгової марки	Як правило, єдина торгова марка не створюється	Здійснення діяльності під єдиним брендом

На підставі даних табл. 2 можна стверджувати, що створення туристичного супермаркету є ефективним щодо розширення клієнтської бази та забезпечення каналів реалізації туристичних послуг, у той час як формування туристичного кластера дозволяє диверсифікувати ризики діяльності туристичних компаній та забезпечити динамічне впровадження туристичних інновацій.

Оскільки утворення та функціонування кластера передбачає відносини співробітництва і партнерства, для визначення основних мотивів та особливостей формування туристичного кластера доцільно проаналізувати переваги від такого співробітництва для кожної туристичної компанії.

За умов співробітництва різних туристичних компаній можливим є отримання позитивного ефекту для всіх сторін. Переваги можливі також у випадку співробітництва туристичних компаній одного виду. Формами реалізації такого співробітництва виступають консолідація, інтеграція, договірні відносини. При цьому, саме в кластері виявляється внутрішньо-кластерна конкуренція. Отже формування ефективного туристичного кластера має передбачати об'єднання не тільки різних за характером та напрямом діяльності туристичних компаній та інших установ, а й установ одного виду.

Таким чином, у межах туристичного кластера можуть функціонувати різні типи об'єднання туристичних компаній, які утворюють окремі рівні. У цьому полягає складність ідентифікації туристичного кластера, оскільки дане об'єднання не має правового оформлення та безпосереднього

законодавчого регулювання (див. табл. 1), так відбувається в багатьох країнах, і у той же час туристичні «холдинги», «корпорації» тощо можуть набувати ознак кластера.

Прикладами є туристичні кластери Кам'янця-Подільського (Хмельницька область), сільського туризму (Тернопілля), кластери туризму Одещини та Херсонщини та ін. [10].

Окрім туристичних компаній перспективним напрямом є співробітництво фінансових установ та туристичних компаній. Співробітництво з банками та страховими компаніями сприятиме розвитку туристичної галузі.

Важливою умовою успішної реалізації кластерної моделі розвитку ринку туристичних послуг України є участь інвестиційних фондів у формуванні об'єднань туристичних компаній з іншими установами туристичного ринку. Це дозволить найбільш ефективно здійснювати розміщення та управління туристичними ресурсами членів туристичного кластера з метою їх збереження та збільшення, що надасть можливість реалізації спільних масштабних проєктів.

Враховуючи зазначені переваги, при формуванні туристичного кластера вигідно співпрацювати з фінансовими установами для формування проєктів спільного інвестування, зокрема, в ресторанний та готельний бізнес.

На основі бази розробок О.І. Жданової [8] запропоновано типологію туристичних кластерів, подану у табл. 3.

Як видно з табл.3, кластер, що розвивається, має регіональний характер, повинен бути інформаційно та технологічно забезпечений, бути інноваційним та стабільним.

Таблиця 3.

Типологія туристичних кластерів

Критерії	Тип туристичного кластера			
Входження до складу іншого формування	Самостійний		Підпорядкований	
Стабільність структури	Стабільний		Динамічний	
Спеціалізація	Інноваційний	Сервісно-інфраструктурний		Обслуговуючий
Тип ядра	Туристичний		Комплексний	
Вираженість ядра (інтенсивність внутрішніх зв'язків)	Центрований		Дифузний	
Характер внутрішніх зв'язків	Інформаційний	Технологічний	Сервісно-агентський	Змішаний
Рівень локалізації	Місцевий	Регіональний	Національний	Міжнародний
Характер структури	Холдинговий	Конкурентний		Змішаний
Географічний напрям розвитку	Кластер, що розширюється		Кластер, що поглиблюється	

Слід відзначити, що до складу туристичного кластера може входити як одна фінансова установа певного виду, так і декілька однотипних фінансових установ, причому останній варіант більшою мірою відповідає сутності кластера. Щодо ядра кластера, то у цій ролі може частіше саме туристична компанія, але за певних умов її може виконати і фінансова установа, зокрема, страхова компанія.

Наведена у табл. 3 типологія туристичних кластерів дозволяє підвищити точність ідентифікації даного типу об'єднання туристичних компаній та дослідити його структуру та внутрішні взаємозв'язки.

Запропонована типологія (табл. 3) та визначені моделі туристичного кластера з урахуванням узагальнення

результатів проведеного аналізу надають можливість виділити певні особливості об'єднання туристичних компаній у туристичні кластери. А саме:

- обмеженість товарно-матеріальних потоків всередині кластера. Враховуючи сполучення матеріального та нематеріального характеру туристичних послуг, об'єднання туристичних компаній у туристичні кластери передбачає інтенсифікацію насамперед інформаційних потоків та обмін технологіями;

- утворення туристичними компаніями основи кластера, а не лише його інфраструктури;

- особлива роль фінансових установ як бажаного члена туристичного кластера та можливої основи його ядра;

- наявність внутрішньо-кластерної конкуренції за умови входження до складу кластера туристичних установ одного виду;

- більш виражена діяльність щодо формування ресурсного потенціалу розвитку регіонів. Так, наприклад, можливий кластер страхових та туристичних послуг можливо буде створено з метою забезпечення співпраці бізнесу, вищих навчальних закладів та органів місцевого самоврядування. Поряд з підвищенням конкурентоспроможності членів кластера, його стратегічними цілями є підготовка висококваліфікованих кадрів для ринку туристичних послуг, збільшення кількості спеціалістів та сприяння їх працевлаштуванню [19]. Певні ініціативи можуть бути запропоновані ХНЕУ ім. С. Кузнеця, який ефективно здійснює підготовку спеціалістів не тільки для туристичних компаній України, але має французькі програми.

Основними мотивами об'єднання туристичних компаній є збільшення капіталу, розширення клієнтської бази та напрямів діяльності.

Висновки. За результатами дослідження можна стверджувати, що формування туристичних кластерів є перспективним напрямом розвитку ринку туристичних послуг України. Визначення переваг співробітництва туристичних компаній та розглянуті типології туристичних кластерів дозволяють сформулювати загальне уявлення щодо процесів кластероутворення серед туристичних компаній України та надати попередню оцінку доцільності й ефективності кластерів, що формуються.

З метою успішної реалізації зазначеного напряму розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг надалі необхідно доопрацювати запропоновану типологію, розширивши перелік критеріїв класифікації, розробити технологію формування туристичних кластерів, а також розробити і затвердити на регіональному та загальнодержавному рівні відповідну стратегію становлення кластерних ініціатив туристичних компаній на ринку туристичних послуг України.

Література:

1. Адамова К.З. Кластеризация в туристской отрасли как фактор глобализации / К.З. Адамова [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/adamova.htm
2. Андрищенко Е.А. Кластерная модель экономики предприятий на региональном уровне / Е.А. Андрищенко // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – 2003. – №2(6). – С. 294-297.
3. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизма функционирования / А.Ю.Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. – № 1. – С.51-61.
4. Бадзим О.С. Процеси трансграничного злиття та поглинання у фінансовому секторі України / О.С. Бадзим, Ю.Ю. Кривошапка // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №9. – С.155-159.
5. Вергелес В. Бег с препятствиями // В. Вергелес, В.Погремушний [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://bin.com.ua>

6. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. – 2008. – №10. – С. 27-30.

7. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV (зі змінами) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

8. Жданова О.И. Кластерная стратегия управления промышленными предприятиями как фактор повышения конкурентоспособности: автореф. дис. канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / О.И. Жданова. – М., 2008. – 22 с.

9. Мельник А.Я. Развитие кластерных систем в Украине / А.Я. Мельник // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Л. Українки. – 2003. – №8. – С. 139-144.

10. Михайличенко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіонів / Г.І.Михайличенко // Менеджмент та підприємництво в Україні: Збірник наукових праць. – 2012. – С.341-349.

11. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III (зі змінами та доповненнями) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

12. Про промислово-фінансові групи в Україні: Закон України від 21 листопада 1995 р. № 437/95-ВР (зі змінами та доповненнями) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

13. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків туристичних послуг: Закон України від 12 липня 2001 р. № 2664-III (зі змінами та доповненнями) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

14. Про холдингові компанії в Україні: Закон України від 15 березня 2006 р. № 3528-IV (зі змінами та доповненнями) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

15. Самійленко Г.М. Застосування кластерного підходу як фактор підвищення конкурентоспроможності регіонів України / Г.М. Самійленко [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.confcontact.com>.

16. Соколенко С.І. Інноваційні кластери – механізм підвищення конкурентоспроможності регіону / С.І. Соколенко [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ucluster.org/sokolenko/2008/07/innovacijny-klastery-mexanyzm-pidvyshhennya-konkurentospromozhnosti-regionu/>

17. Тупота М.О. Холдингова компанія як одна з найефективніших форм функціонування бізнесу / М.О. Тупота // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2008. – №19. – С. 28-32.

18. Федоренко В.Г. Кластери – системний інструмент підвищення конкурентоспроможності економіки / В.Г. Федоренко, А.Ф. Гойко, В.Б. Джабейло // Фондовые рынки и ценные бумаги. – 2007. – №24. – С. 26-32.

19. Robert Flynn. Connecticut Insurance & Financial Services Cluster / Robert Flynn [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.hartfordinfo.org/issues/wsd/economicdevelopmnt/IFS_cluster.pdf

Галгаш Р.А.

к.е.н., доцент, директор Інституту економіки та управління СНУ
ім. В. Даля (м. Сєвєродонецьк), старший науковий співробітник
Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень НАН України,
академік АЕН України,
голова Луганського обласного правління спілки економістів України

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ В ЛУГАНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Внаслідок військового конфлікту на Сході України відбулось різке погіршення соціально-економічного стану, що суттєво змінило ситуацію в усіх сферах суспільного життя та викликало необхідність екстреної «ручної» реструктуризації економіки і системи управління регіоном. Наслідки військового конфлікту торкнулись кожного мешканця області, кожного підприємства, всіх галузей економіки регіону, суттєво вплинули на імідж Луганської області та її привабливість з позиції розвитку сфери туризму і рекреації.

Проблеми та перспективи розвитку сфери туризму і рекреації в Луганській області до та після воєнного конфлікту розглянуто в публікаціях Г.О. Сорокіної, О.О. Зеленко, Г.М. Заваріки, О.П. Болдирєва та К.Р. Габараєвої, В.В. Залещик та ін. Деякі з цих досліджень (окрім публікацій О.О. Зеленко) та отримані результати перестали бути актуальними внаслідок військового конфлікту, який охопив частину території Луганської області, а проблеми розвитку туризму в Луганській області в таких умовах, фактично не висвітлюється.

Напередодні конфлікту в Луганській області запроваджувалося декілька напрямів щодо розвитку туризму: сільський зелений, промисловий, оздоровчий, пізнавальний, спортивний тощо. Для розвитку цих напрямів було розроблено декілька регіональних програм. Першим програмним документом розвитку туристичної галузі в

області була «Програма розвитку туризму в Луганській області на 2002–2010 роки» [1], однак, як справедливо зазначив В.В. Залещик, «реально вона не виконувалась, а реальна діяльність здійснювалась виключно на консультаційних засадах» [2]. Протягом 2007 р. було створено Луганський обласний осередок Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та його мережу в районах області [3]. У 2010 р. було затверджено регіональну «Програму розвитку туризму в Луганській області на 2010–2015 роки» та «Регіональну цільову програму розвитку сільського туризму в Луганській області на 2010–2012 роки» [4]. На жаль, внаслідок здебільшого дії об'єктивних причин, ці програми не були реалізовані. Залишились не реалізованими і декілька цікавих туристичних проектів, зокрема проект «Здійснення комплексу заходів з розвитку місцевої інфраструктури туристичного бізнесу в Станично-Луганському районі Луганської області» [4, с. 32], в межах якого планувалась побудова історико-культурного комплексу «Козачий хутір», розробка нових туристичних маршрутів, створення музею під відкритим небом «Козачий курінь», проведення фестивалю козачої культури «Любо», створення пересувного музею козачої кухні, організація стаціонарного кінного театру, а також будівництво двох причалів на річці Сіверський Донець та розвиток малого річного флоту. Інвестиційний проект такого роду міг бути першим на Луганщині, реалізація якого давала можливість суттєво покращити привабливість сфери туризму і рекреації в Луганській області.

За структурою економіки Луганська область традиційно належала до регіонів з високим рівнем розвитку промисловості, у той же час розвитку сфери послуг, рекреації та туризму увага приділялась за остаточним принципом та ця сфера здебільшого була зорієнтована на внутрішній туризм в межах області. Внаслідок тимчасової втрати частини

території, на якій розташовано майже весь промисловий комплекс Луганської області, наразі не лише існує можливість, але й є гостра необхідність позиціонування регіону на національному ринку туристичних послуг як туристично-привабливий регіон. Але, як справедливо зазначила О.О. Зеленко, відомі негативні події «внесли свої корективи, і зараз виникає потреба переглянути та підсумувати, які туристично-рекреаційні ресурси наявні і можуть бути у розпорядженні області у найближчий час, якими є перспективи розвитку туризму як складової економіки даного регіону» [5]. У той же час, навіть на підконтрольній території, Луганщина має багатий потенціал для розвитку сфери туризму та рекреації: природно-заповідний фонд (чисельні природні заповідники, ландшафтні парки, пам'ятки природи, заповідні урочища та парки); історико-культурний потенціал (пам'ятки містобудування і архітектури, пам'ятки історії та археології; потенціал рекреації (санаторії, профілакторії, дитячі санаторії). З точки зору розвитку окремих видів туризму, зокрема сільського зеленого туризму, завжди найбільш перспективними вважалися саме північні території, які наразі є підконтрольними Українській владі. На сьогодні з 18 районів Луганської області свої туристично-рекреаційні ресурси можуть запропонувати лише 10 районів [5], з яких найбільш відомі туристичні об'єкти:

- Біловодського району: Деркульський, Новоолександрівський та Лимарівський кінні заводи; 2 сільські садиби, відвідувачам яких господарі пропонують широку дозвілєву програму; собори, культові споруди та духовні центри, зокрема, архітектурна пам'ятка національного значення Покровська церква (селище Городище), єдина дерев'яна церква на сході України в селі Бараниківка, архітектурна пам'ятка – Свято-Троїцький храм у м. Біловодськ, який споруджений у візантійському стилі у першій половині XIX

сторіччя;

- Білокуракінського району: різноманітні заказники, зокрема ентомологічний заказник «Роздолянські ставки», організований з метою охорони місць перебування комах-запилювачів сільськогосподарських культур, в тому числі диких бджіл; загальнозоологічний заказник «Лісова перлина» та ландшафтний заказник «Самсонівська заводь»;

- Кременського району: унікальні у природному та археологічному відношенні Кременські ліси, на території яких розвідано понад 30 древніх поселень; озера Кременщини з наявними станціями з прокату човнів та водних велосипедів та наявними базами відпочинку, дитячими таборами, санаторно-курортними закладами;

- Міловського району: заповідник «Стрілецький степ» Луганського державного природного заповідника (понад 400 видів рослинності, близько 200 видів птахів і звірів); ботанічний заказник «Крейдяні відкладення» у сел. Стрільцівка, який організований з метою збереження крейдяної флори, охорони рідкісних рослин, занесених до Червоної Книги України; орнітологічний заказник місцевого значення «Зоріновський» – лиман є верховим озером, розташованим на вододілі річки Комишної і річки Крейдяної;

- Новоайдарського району: пам'ятка природи державного значення «Айдарська тераса»; мальовниче природне утворення на розламі крейдяних гір Донецького кряжу – скелі «Баранячі лоби» біля річки Айдар; унікальний Бурштиновий храм на честь великомученика Пантелеїмона Ціителя у селі Дмитрівка Новоайдарського району, для оздоблення інтер'єру та виготовлення ікон якого було використано понад 500 кілограмів бурштину;

- Новопсковського району: дивний куточок чистої й природної краси – заповідне урочище «Луг» на правому березі річки Айдар з артезіанською свердловиною глибиною

353 м з мінеральною водою, що має бальнеологічне значення;
- Троїцького району: озеро Царівська балка (упорядкована берегова лінія, зручні містки для лову, затишні альтанки і, головне, безліч риби.

Станично-Луганський та Попаснянський перебувають під контролем Української влади, але їхня близькість до лінії розмежування та практична відсутність будь-якої туристичної інфраструктури не дають можливість розглядати їх як привабливі території для розвитку туризму у найближчому майбутньому.

Отже, навіть у умовах високих ризиків Луганщина має у своєму розпорядженні цікаві туристичні та рекреаційні об'єкти, наявність яких може стати основою для розвитку паломницького, історико-культурного, пізнавального та сільського зеленого туризму.

До проблем, що підлягали вирішенню для розвитку туризму в Луганській області навіть в мирних умовах традиційно відносили:

- ☐ низький рівень конкурентоспроможності туристичного продукту;

- ☐ недостатній рівень розвитку спеціалізованої інфраструктури туризму;

- ☐ недостатній рівень науково-методичного та кадрового забезпечення сфери туризму;

- ☐ відсутність цілісної системи державної підтримки туристичного бізнесу;

- ☐ невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам [6-11].

Безумовно, головною проблемою розвитку сфери туризму і рекреації в Луганській області є небезпечні умови, які існують внаслідок вже 3-и річного військового конфлікту. Але, поряд з цим, важко не погодитись з думкою О.О. Зеленко про те, що «на сьогодні головною проблемою, що гальмує розвиток туризму в регіоні і зокрема сільського

туризму, є недовіра з боку потенційних клієнтів та відсутність належних умов щодо розбудови рекреаційної і соціальної інфраструктури для відпочинку урбанізованого населення». Серед причин такої недовіри О.О. Зеленко справедливо визначає:

- низький рівень інформованості міського населення області та інших регіонів України про можливості відпочинку в регіоні;

- страх потенційних клієнтів з інших областей України відвідувати територію Луганської області з причини наявного військового конфлікту на Донбасі;

- відсутність фінансування розвитку галузі туризму;

- невідповідність якості туристичної послуги її ціні;

- низький рівень інформованості сільського населення щодо перспектив розвитку сільського зеленого туризму;

- обмеженість екологічних та зелених екскурсійних і туристичних маршрутів у сільській місцевості [5].

Наслідками негативної дії сукупності зазначених причин є відсутність в'їзних туристичних потоків, незадовільний стан туристичної інфраструктури регіону, низький рівень попиту на туристичні послуги з боку мешканців області [5].

Слід визнати, що Луганський регіон ніколи «не позиціонував себе як туристичний, та в регіоні ніколи не займалися цілеспрямованим розвитком власне туристичного потенціалу» [5]. На фоні військового конфлікту проблема позиціонування туристичної галузі та, навіть всієї Луганщини ще більше погіршилась. Безумовно першочерговою умовою розвитку сфери туризму та рекреації є безпечні умови відпочинку. Але, навіть для мешканців підконтрольної частини Луганської області, які є потенційними клієнтами сфери внутрішнього туризму, регіон в якому вони мешкають суб'єктивно сприймається як небезпечний, що призводить до віддання переваги відпочинку в інших, більш спокійних та безпечних регіонах.

Проблема позиціонування сфери туризму і рекреації в Луганській області звісно не може вирішитись протягом короткого проміжку часу та потребує поєднання зусиль всіх інституцій: органів державної влади, громадянського суспільства, міжнародних організацій, наукових та освітніх установ. Певні дії щодо покращення іміджу Луганщини здійснюється вже сьогодні різними активним групами та органами влади.

Зокрема питання ребрендингу Луганської області усебічно обговорювалось на Форумі партнерів «Стратегія розвитку Луганської області до 2020 року». За словами голови Луганської ОДА, «розбудова мирного життя тут, на контрольованій Україною території Луганщини, є запорукою об'єднання й успішного майбутнього краю ... наше головне завдання – дати надію, а не відчай [6].

Важливими заходами у позиціонуванні сфери туризму і рекреації в Луганській області стали щорічні Бізнес-виставки «Схід-експо», які було проведено у 2016 р. у м. Сєвєродонецьк, а 2017 р. – у Києві. Ці виставки стали площадками для презентації, у тому числі і туристичних продуктів, які пропонує мирна Луганщина.

Безпосередню активну участь у розробці нового бренду та позиціонуванні мирної Луганщини беруть громадські організації, наукові та освітні установи. Зокрема, до Міжнародного дня миру організації-партнери (ГО «Фундація «Простір», ГО «Агентство стійкого розвитку Луганського регіону», Ресурсний центр зі сталого розвитку при СНУ ім. В. Даля, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Луганське обласне відділення Співки економістів України, Програма розвитку ООН «Відновлення та розбудова миру» за її напрямом роботи в Луганській області: «Безпека, соціальна єдність та примирення», Департамент зовнішніх зносин, зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності та Департамент масових

комунікацій Луганської обласної державної адміністрації) організували та проводять Конкурс художньої творчості з живописної композиції «Луганський бабак миролюбний та хазяйновитий». Конкурс покликаний сформувати позитивний імідж та бренд Луганської області; виховати у підростаючого покоління повагу та любов до національного та світового академічного художнього мистецтва; виявити та підтримати обдарованих дітей, молодь, сприяти розкриттю їх індивідуальності; сформувати національну громадянську самосвідомість молоді засобами мистецтва; зміцненню національної єдності та консолідації українського суспільства; знайти нові форми і методи роботи з творчою та обдарованою молоддю; соціальній єдності та примиренню, створенню безпечового середовища на Луганщині. Цей конкурс є окремим етапом більш загальної програми формування позитивного іміджу та бренду Луганської області.

Активну роботу щодо позитивного позиціонування Луганщини та розвитку сфери туризму та рекреації проводять члени Луганської обласної організації СЕУ разом з науковцями Інституту економіки та управління СНУ ім. В. Даля та Луганським відділенням Інституту економіко-правових досліджень НАН України. Зазначені організації є співвиконавцями Регіональної цільової програми «Залучення інвестицій, розвитку та підтримки малого і середнього підприємництва в Луганській області на 2016–2018 роки». В межах виконання цієї програми в 2016 р. було зокрема проведено семінар «Організація сільського зеленого туризму» для ознайомлення потенційних інвесторів та місцевих підприємців з можливістю здійснення бізнесу в сфері сільського зеленого туризму.

Важливу роль у формування умов для розвитку сфери туризму та рекреації Луганщини відіграє активна діяльність міжнародних організацій, програмами яких передбачено

фінансування малих бізнес-проектів в сфері туризму. Зокрема у 2016 р. у м. Святогорськ відбувся Соціально-економічний форум молоді та жінок Донецької і Луганської областей «Разом за Майбутнє». На форумі було розроблено та підготовлено до реалізації проект «Агроекотуризм та пермакультура», в основу якого покладено концепцію розвитку жіночого бізнесу в сільській місцевості на основі органічної взаємодії з природними екосистемами. Авторами проекту та партнерами виступили Кременський бізнес-центр, Сватівський бізнес-центр, Новопокровська об'єднання громада, майстри народно-прикладного мистецтва. На думку авторів, сільські райони Луганської області потребують пошуку шляхів свого розвитку, мають значний потенціал рекреаційних ресурсів, але цей потенціал мало використовується внаслідок наявних гендерних стереотипів та зайнятості населення тяжкою працею в натуральному господарстві. Метою проекту стало сприяння розвитку сільських територій, забезпечення самозайнятості жінок, покращення екології та інфраструктури, сприяння розвитку та просуванню невеликих підприємницьких проектів. Проектом запланований комплексний розвиток сільських територій Луганської області на основі впровадження та популяризації агроекотуризму та пермакультури. Пропонується попередньо провести інвентаризацію еко-ресурсів, виявити агрогосподарства для запровадження сучасних екологічних сільськогосподарських технологій, виявити та затвердити об'єкти та маршрути для агроекотуризму. Реалізація проекту передбачає навчання мешканців громади та організацію поїздок з обміну досвідом, сертифікацію продукції, широкомасштабні маркетингові заходи для популяризації агроекоресурсів Луганської області. Планується налагодити виробництво органічних екопродуктів для їх реалізації в Україні та в майбутньому за кордон (сири, ковбаси, мед, молоко, вода лікувального

молодильного джерела «Сольонка» тощо). За оцінками експертів реалізація проекту сприятиме збереженню, відновленню та розвитку сільських територій, популяризації здорового способу життя та збільшенню можливостей до самореалізації жінок в Луганській області, підвищенню згуртованості місцевих громад, подоланню гендерних обмежень та підвищенню впевненості громад в розвитку регіону.

Прикладом результативного сприяння позитивному позиціонуванню Луганщини та розвитку нової сфери туризму – «громадського активізму» слід вважати організовані Програмою розвитку ООН обмінні візити, форуми та інші заходи. Протягом 2016–2017 років було організовано більше 50 візитів з обміну досвідом, форумів та інших заходів. Такі заходи за участю активних мешканців Луганської області в інших регіонах України, та (що навіть більш важливе) мешканців інших регіонів України на Луганщину, безперечно є прикладом громадської дипломатії та сприяють покращенню іміджу Луганщини та розвитку туристичної інфраструктури.

Активну участь у позитивному ставленні молоді до Луганщини мають різноманітні невеличкі заходи та проекти з популяризації туризму, які постійно проводять Ресурсний центр зі сталого розвитку при СНУ ім. В. Даля з кафедрою міжнародної економіки і туризму СНУ ім. В. Даля. Зокрема, за підтримки ПРООН разом з партнерами (Відділ молоді та спорту Северодонецької міської ради, Луганське обласне відділення Комітету з фізичного виховання і спорту МОН України, Місцевий осередок Національної скаутської організації «Пласт», Туристична агенція, База відпочинку «Лісова поляна») було реалізовано молодіжний туристичний проект «Ми – єдина команда». Цей проект був реалізований в рамках проекту-переможця в конкурсі мікрогрантів на реалізацію студентських проектів за підтримки проекту

ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду». Головна мета цього заходу полягала у сприянні згуртованості студентської туристичної громади, викладачів університету, ВПО, місцевої громади м. Кременна, на території якого відбувалися події. Учасники заходу ставили намети, розпалювали вогонь, збирали рюкзаки з найнеобхіднішими речами, передавали естафету і бігали визначеним маршрутом з перепонами.

Отже, проблеми розвитку сфери туризму і рекреації в Луганській області дійсно не є сьогодні першочерговими та не можуть вирішитись протягом короткого проміжку часу, але вже сьогодні ця робота активно проводиться різними організаціями-партнерами. Будь-які активності з боку громадських організацій, органів влади, наукових та освітніх установ сприяють покращенню привабливості Луганщини та ми впевнені, що поєднання зусиль різних інституцій сприятимуть відновленню миру на Луганщині та розвитку туристичного і рекреаційного потенціалу.

Література:

1. «Програма розвитку туризму в Луганській області на 2002–2010 роки» // Луганська обласна державна адміністрація. Управління культури і туризму. – Луганськ, 2002.
2. Залещик В.В. Територіальна рекреаційна система Луганської області: сучасний стан і перспективи розвитку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук за спец. 11.00.02 – економічна та соціальна географія / В.В. Залещик – Київ: Київський Національний університет імені Тараса Шевченка, 2013 – 20 с.
3. Україна туристична: Іміджево-презентаційне видання / Уклад.: У-45 Болгов В.В., Болгов І.В. – К.: Український видавничий консорціум, 2008. – 376 с., с. 149.
4. Регіональна цільова програма розвитку сільського туризму в Луганській області на 2010–2012 роки” від 03.03.2010 р. № 34/15 // Луганська обласна державна адміністрація. Управління культури і туризму. – Луганськ, 2010.
5. Зеленко О.О. Перспективи розвитку туризму луганщини в

умовах воєнно-політичної нестабільності / О.О. Зеленко // Науковий вісник Мукачівського держаного університету – 2015 – Вип. 2 (15), Ч2. – С. 138-143.

6. Зеленко О.О. Стан та перспективи розвитку туризму в Луганській області / О.О. Зеленко // Часопис економічних реформ – 2013 – № 4 (№ 12) – С. 148-156.

7. Зеленко О.О. Особливості формування туристичного продукту Луганської області / О.О. Зеленко // Часопис економічних реформ – 2014 – № 3 (№ 15) – С. 114-120.

8. Сорокіна Г.О. Луганська область як туристично привабливий регіон / Г.О. Сорокіна // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка – 2012 – № 22 (257) – С. 177-187.

9. Сорокіна Г.О. Технології використання природних об'єктів Луганської області для розвитку регіонального туризму / Г.О. Сорокіна // Наукова скарбниця освіти Донеччини – 2012 – № 3 – С. 26-29.

10. Заваріка Г.М. Розвиток рекреаційних можливостей Луганської області. / Г.М. Заваріка // Географія та туризм: наук. зб. – 2012 – випуск 22 – С. 167-173.

11. Болдирев О.П. Проблеми розвитку туризму в Луганській області / О.П. Болдирев., К.Р. Габараєва // Вісник СХУ ім. В. Даля. – 2012 – № 8 (179) – С. 17-20.

12. У Києві Ю. Гарбуз презентував оновлену Стратегію розвитку Луганщини [Електронний ресурс] / Луганська ОДА. – Режим доступу: http://www.loga.gov.ua/oda/press/news/u_kiievi_yuriy_garbuz_prezentuva_v_onovlenu_strategiyu_rozvitku_luganshchini.

Гуменюк В.В.
к.е.н., ст.н.с. ДУ «Інститут економіки
та прогнозування НАН України»,
вчений секретар Спілки економістів України

ПОТЕНЦІАЛ ЗАКУПІВЕЛЬ ЗА ДЕРЖАВНІ КОШТИ У СФЕРІ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Однією з найбільш важливих складових сфери туризму є комплекс пов'язаних з ним галузей, що забезпечують належні умови для надання туристичних послуг (реалізації/споживання турпродукту) і підприємства яких за існуючою термінологією відносять або до сфери індустрії туризму, або до туристичної інфраструктури.

За даними ЮНВТО, сфера туризму пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, внаслідок чого 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.

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільших високоприбуткових і динамічних галузей світової економіки, її частка становить близько 10 відсотків світового валового національного продукту. Туристична індустрія стимулює розвиток таких секторів економічної діяльності, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, виробництво товарів народного споживання, агропромисловий комплекс, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки.

На сьогодні в науковій літературі та міжнародних документах відсутнє усталене і загальноприйняте визначення поняття «індустрія туризму». Одне із поширених визначень відносить до індустрії туризму (туристська індустрія)

«сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів санаторно-курортного лікування і відпочинку, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваг, об'єктів пізнавального, ділового, лікувально-оздоровчого, фізкультурно-спортивного та іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, операторів туристичних інформаційних систем, а також організацій, що надають послуги екскурсоводів (гідів), гідів-перекладачів та інструкторів-провідників» [1, с. 445].

Згідно з визначенням ЮНВТО туристична індустрія (Tourism industries) – це підприємства туризму (здійснюють туристичну діяльність), які виробляють туристичний продукт.

Згідно з Методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності, затвердженою спільним наказом Державної туристичної адміністрації України і Державного комітету статистики України від 12 листопада 2003 р. №142/394, туристична індустрія – це сукупність різних суб'єктів підприємницької діяльності, основна виробнича діяльність яких пов'язана з наданням послуг, виробництвом та реалізацією товарів для задоволення потреб туристів. Водночас цим документом виділяються такі, пов'язані з туризмом, заклади, як готелі, санаторії, інші оздоровчі заклади, зокрема дитячі, туристичні підприємства тощо.

На нашу думку, до індустрії туризму належать ті галузі і їхні підприємства, які створюють відповідне матеріально-індустріально-сервісне середовище для належного функціонування сфери туризму, забезпечуючи умови туристичним організаціям (туроператорам, турагентам, іншим суб'єктам реалізації туристичних продуктів) для якісного і безпечного надання туристичних послуг (реалізації турпродуктів). Таким чином, до індустрії туризму ми відносимо відповідні об'єкти інфраструктури (шляхи,

залізниці, транспорт та підприємства будівництва, транспорту і зв'язку, колективні засоби розміщування¹, об'єкти громадського харчування, інші оздоровчі та спортивні об'єкти, підприємства, що виготовляють туристичне, спортивне та інше обладнання, устаткування, товари і пристрої, організації і установи з технічної підтримки і забезпечення безпеки туристів, а також матеріально-технічну базу навчальних закладів, що займаються підготовкою фахівців для сфери туризму і індустрії туризму).

Значення індустрії туризму в такому розумінні є комплексним – з одного боку, індустрія туризму забезпечує належні умови для діяльності туристичних організацій в частині реалізації туристичних продуктів (проживання, інфраструктура, кадри тощо), а з іншого, є основою для формування різноманітних туристичних продуктів і їх просування на ринок (при створенні турів враховується інфраструктура місця надання туристичних послуг, наявність готелів, доріг, спорядження, інших сервісів).

З огляду на це, розвиток індустрії туризму має бути пріоритетним напрямом економічної політики держави, одним із стратегічних завдань місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування, які прагнуть розвитку туризму у відповідних регіонах, тим самим вирішуючи ряд супутніх проблем – зайнятості, зростання доходів місцевого населення, раціонального використання природних і рекреаційних ресурсів довкілля тощо, тобто з орієнтацією на формування галузі сталого туризму.

¹ Згідно з методологією, що застосовується Держстатом України, колективні засоби розміщування розподіляються на готелі та аналогічні засоби розміщування (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, туристські бази, інші місця для тимчасового розміщування) та спеціалізовані засоби розміщування (санаторії, пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри, будинки, пансіонати, бази та інші заклади відпочинку).

Про актуальність такого напрямку для розвитку економіки України і її регіонів свідчить також те, що відповідно до частини другої статті 2 Закону України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» від 6 вересня 2012 р. Кабінет Міністрів України розпорядженням від 14 серпня 2013 р. № 843-р затвердив перелік із шести пріоритетних галузей економіки, куди мають залучатися інвестиції, серед яких «курортно-рекреаційна сфера і туризм за напрямками – будівництво курортно-рекреаційних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури».

Крім того, у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р, зазначено, що основними завданнями Стратегії є, зокрема, здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, у тому числі створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів, а один із основних напрямів реалізації Стратегії – «нормативно-правова база сфери туризму та курортів» – передбачає імплементацію законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегулювних 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).

Слід також зазначити, що світова індустрія туризму є однією із найбільш високотехнологічних сфер економічної діяльності. Рекордне зростання числа міжнародних туристських прибуттів з 527 до 1 184 млн і двохкратне

збільшення доходів від міжнародного туризму за 1995-2015 роки досягнуто, зокрема, завдяки застосуванню інноваційних технологій: глобальні системи розподілу, он-лайн системи динамічного ціноутворення і управління доходами тощо [2, с. 60]. Більше того, саме з використанням інновацій пов'язаний розвиток концепції сталого туризму як основи гармонізації економічного зростання у сфері туризму з соціально-економічними і екологічними наслідками такого зростання [3], що забезпечуватимуть досягнення глобальних Цілей сталого розвитку.

Високий рівень розвитку туризму і забезпечення його сталості в розвинених країнах світу забезпечується за рахунок інноваційно-орієнтованих галузей економіки, які працюють на туризм. В більшості країн світу в туристичній галузі працюють переважно малі та середні підприємства. Разом з тим, в галузях індустрії туризму, яка працює не лише на туризм, поширені великі транснаціональні компанії, які виготовляють спортивне спорядження, транспортні засоби, елементи інфраструктури, володіють готельними комплексами та оздоровчо-рекреаційними ресурсами, будують дороги, готелі, санаторії, інші об'єкти рекреації. Оскільки туризм є однією з найбільш динамічних сфер економіки, вкладення у нього мають високу норму прибутку, стимулюють інвестиції і розвиток підприємств цієї сфери, в основному за рахунок приватного капіталу.

Безперечно, вітчизняна туристична галузь є невід'ємною складовою світового туристичного процесу. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту. Проте, на нашу думку, для подальшого стійкого зростання галузі туризму в Україні відповідно до нинішніх трендів росту світової туристичної галузі і реалізації

вищезгаданих стратегічних напрямів розвитку індустрії туризму держава і органи місцевої влади мають більш повно використати засоби інвестиційної політики і механізми її реалізації для залучення капіталу у створення нових і інноваційного оновлення діючих об'єктів індустрії туризму. Держава має активно діяти, зокрема створити відповідні інститути, які б заохочували інвесторів і гарантували їм безпеку і захист їх інвестицій.

Одним з напрямів створення такого інституційного середовища є демонстрація зацікавленості держави в розвитку індустрії туризму, яка може проявлятися як у прийнятті нового законодавства, яке б стимулювало інвестиції (жорстка протидія рейдерству, належні правові засоби захисту прав власності, податкові пільги, спрощення надання ресурсів – земельних, потужностей інженерної та енергетичної інфраструктури тощо), так і безпосередню участь держави у розвитку галузей індустрії туризму. Така участь держави, насамперед, може забезпечуватися шляхом використання інституту закупівлі відповідних робіт, товарів і послуг за державні кошти, що може справити позитивний імпульс для розвитку сталого туризму в Україні.

Проблеми розвитку індустрії туризму висвітлені в багатьох працях іноземних та вітчизняних вчених, проте вони не містять результатів тематичних досліджень процесів застосування механізмів публічних закупівель в індустрії туризму, окрім кількох публікацій з питань інноваційної діяльності [2].

Розвиток і нарощування потужностей об'єктів індустрії туризму безпосередньо залежить від економічної політики держави і ринкових засад господарювання. З перших років незалежності України, ряд підприємств індустрії туризму підпали під так звану малу приватизацію, слідуючи політиці ринкових перетворень, які в більшості випадків не були економічно обґрунтованими і нав'язувалися нашій державі

зовні. Сподівання покладались на те, що приватна форма управління такими об'єктами дасть величезний ефект для економіки і позбавить державу зайвої опіки над рядом підприємств галузей туристичної інфраструктури. Проте приватизація таких підприємств, зокрема тих, що відносяться до колективних засобів розміщування, не дала очікуваного ефекту, оскільки інтереси нових власників, як правило, обмежувалися моделлю «мінімум інвестицій – максимум прибутку», тобто прагнули за рахунок незначних інвестицій отримувати прибутки якомога швидше, не думаючи про майбутній розвиток. Внаслідок цього ряд таких підприємств були перепрофільовані, а більшість з існуючих – не отримали належного розвитку в частині рівня комфортності і якості послуг, що зробило їх неспроможними конкурувати на ринку туристичних послуг, насамперед, зорієнтованих на в'їзний туризм. Як приклад, кількість колективних засобів розміщування і їх місткість за останні роки помітно зменшилась (табл.1). Так, за період з 2011 по 2016 рік кількість колективних засобів розміщування зменшилась в цілому на 27,6%, у тому числі кількість готелів та аналогічних засобів розміщування – на 20%, кількість спеціалізованих засобів розміщування – на 36,7%. Водночас, кількість місць в колективних засобах розміщування зменшилась загалом на 33,8%, при цьому, якщо кількість місць у готелях і аналогічних засобах розміщування зменшилась лише на 11,9%, то кількість місць у спеціалізованих засобах розміщування, які зорієнтовані саме на оздоровчо-рекреаційні послуги, зменшилась на 42%.

Таблиця 1.

Коллективні засоби розміщування в Україні

	Кількість колективних засобів розміщування, одиниць			Кількість місць, тис. одиниць		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	спеціалізованих засобів розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування
2011	5882	3162	2720	567,3	154,2	413,1
2012	6041	3144	2897	583,4	162,8	420,6
2013	6411	3582	2829	586,6	179,1	407,5
2014 ¹	4572	2644	1928	406,0	135,5	270,5
2015 ¹	4341	2478	1863	402,6	132,5	270,1
2016 ¹	4256	2534	1722	375,6	135,9	239,7

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: Держстат України

За відсутності офіційної статистики не є можливим навести дані щодо числа підприємств легкої промисловості, які випускають туристичне, спортивне та інше спорядження для туризму і відпочинку, та обсягів виробництва ними продукції, але фактична повсюдна присутність на внутрішньому ринку країни, включаючи інтернет-торгівлю, таких товарів іноземних брендів, свідчить про те, що відповідні вітчизняні підприємства на сьогодні практично занедбані або працюють на давальницькій сировині на замовлення іноземних підприємств. Не відповідає світовим стандартам і стан транспортної інфраструктури та придорожного сервісу в Україні, зокрема парк транспортних засобів, призначених для перевезення пасажирів.

За таких обставин в Україну увійшли ряд суб'єктів туристичної індустрії, що представляють транснаціональні компанії, які виробляють спорядження, споруджують готельні комплекси та інші об'єкти туристичної інфраструктури. Але на сьогодні, навіть з урахуванням іноземної участі, туристична індустрія в Україні належним чином не розвивається, її рівень та можливості явно

дисонують з потенціалом сфери туризму в цілому, який для України має стратегічне значення.

Таким чином, залишається актуальним питання щодо інститутів активної участі держави і територіальних громад в сприянні і розвитку туристичної інфраструктури та інших галузей індустрії туризму. Як зазначалося вище, це може бути здійснено за рахунок використання закупівель за державні кошти у таких двох формах – державного замовлення та публічних закупівель.

Перша з них стосується державного замовлення на підготовку кадрів для сфери туризму. Згідно з даними Міністерства освіти і науки України у 2016 році для галузі туризму здійснювалась підготовка кадрів за такими напрямками: «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», «Готельне обслуговування», «Побутове обслуговування», «Організація обслуговування населення», «Ресторанне обслуговування», «Туристичне обслуговування». Фахівців сфери туризму у 2016 р. готували 193 навчальних заклади України, з яких 121 – державної, 68 – приватної і 4 – комунальної форми власності. Кількість студентів, що закінчили у 2016 р. вищі навчальні заклади за спеціальностями «Туризм» та «Туризмознавство», становить 4 236 особи, з них за державним замовленням навчались 2804 особи, у т.ч. на денній формі навчання – 1816 осіб. Проте для вирішення стратегічних завдань розвитку галузі державне замовлення на підготовку фахівців у сфері туризму має бути розширене, насамперед за рахунок нових спеціальностей, що за назвою і змістом кваліфікації відповідали б сучасним міжнародним стандартам.

Що стосується публічних закупівель, то цей інструмент розвитку може бути застосований державою та органами місцевого самоврядування за такими основними напрямками.

Насамперед, це публічні закупівлі науково-технологічних розробок новітніх матеріалів, технологій, які

використовуються для виготовлення туристичного спорядження, нових видів товарів, у тому числі деревоволокнистих фібролітових плит та інших будівельних матеріалів з деревини, що відносяться до «зеленої» енергозберігаючої номенклатури і можуть використовуватися для швидкого спорудження легких малоповерхових кемпінгів й інших колективних засобів розміщування, особливо в нових для туризму місцевостях країни, які б відповідали європейським стандартам в плані екологічної безпеки. Замовниками у таких закупівлях мають виступати відповідні центральні органи виконавчої влади та підприємства, що здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання і мають згідно з Законом України «Про публічні закупівлі» статус замовника.

Іншим предметом публічних закупівель можуть бути роботи, товари і послуги, спрямовані на модернізацію об'єктів туристичної галузі місцевого та державного значення, спорудження нових об'єктів туристичної інфраструктури, будівництво і облаштування доріг, кемпінгів, міні-готелів, створення нових туристичних маршрутів, зокрема в заповідних зонах, а також закупівлі робіт зі створення нових об'єктів індустрії туризму, насамперед підприємств з випуску туристичного обладнання та супутніх товарів. В даному випадку замовниками переважно мають виступати місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування. В нинішніх умовах здійснення політики децентралізації влади, що має наслідком значне зростання фінансової спроможності об'єднаних територіальних громад, реалізація такого напрямку розвитку туристичної індустрії виявляється цілком реальною, слушною і своєчасною.

При цьому, зважаючи на обмеженість державних коштів, які можуть бути виділені на згадані напрями розвитку туристичної галузі, та маючи на меті її

пріоритетність і гостру необхідність залучення інвестицій у розвиток індустрії туризму, механізм публічних закупівель має застосовуватися у поєднанні з організаційно-правовими формами, які б дозволяли залучати приватні кошти на паритетних умовах. Мається на увазі публічно-приватне партнерство, створення кластерів за участю місцевих органів влади, передача в концесію об'єктів туристичної інфраструктури, які не були приватизовані і які потребують значних коштів для модернізації.

Слід зауважити, що вартість більшості із згаданих вище предметів закупівель у сфері індустрії туризму, порівняно з закупівлями у інших галузях економіки, є відносно незначною, «підйомною» для держави і місцевих громад, а з огляду на їх високу прибутковість, про що свідчить досвід розвинених країн, і соціальний ефект таких закупівель у виді створення нових робочих місць, зростання доходів місцевого населення, розвиток «зеленого» туризму тощо, реалізація викладених напрямів використання механізму публічних закупівель сприятиме і досягненню стратегічних цілей розвитку економіки країни, і вирішенню злбоденних питань комплексного розвитку територій. Таким чином, на нашу думку, закупівлі робіт і послуг для розвитку індустрії туризму за своїми соціально-економічними наслідками є чи не найбільш ефективним способом реалізації економічної політики в сфері туризму.

При цьому істотною умовою для розширення практики застосування публічних закупівель в індустрії туризму є визначення замовником самого предмета закупівель, який у більшості випадків матиме нематеріальний характер, а також може слугувати індикатором серйозності намірів замовника здійснювати той чи інший проект розвитку індустрії туризму. Наприклад, маючи намір здійснити певний проект – побудувати (модернізувати) нові дороги чи об'єкти інфраструктури, – замовник, маючи обмежені кошти і

розуміючи, що такі роботи без залучення приватного капіталу неможливі, може використати публічні закупівлі для замовлення розробки проектної документації чи інвестиційного проекту таких робіт, або замовити послуги з відведення необхідних ресурсів для будівництва і узаконення права на них (предмет закупівлі – нематеріальні активи). Наступне використання замовником таких активів, одержаних після виконання контракту на закупівлю, в якості вкладу у реалізацію проекту в форматі угоди державно-приватного партнерства чи під час формування кластеру, створюватиме потенційним інвесторам, які залучатимуться замовником до реалізації проекту, звільнені від адміністративних перешкод і обтяжень сприятливі умови для реалізації такого проекту, тим самим гарантуючи участь держави чи місцевої влади у проекті і його захист від політичних ризиків. Таке поєднання в партнерській договірній формі інтересів замовника та інвестора забезпечуватиме публічну легітимізацію зацікавленості держави в успішності проекту, що також може стати додатковим істотним фактором інвестиційної привабливості проекту та сприятиме легшому і вигіднішому залученню, у разі необхідності, сторонніх джерел коштів (кредитів, позик тощо).

Індустрія туризму є ключовою для туристичної галузі в цілому і важливим фактором зростання економіки і рівня зайнятості в країні. Для країн з слаборозвиненою і корумпованою економікою, зокрема таких, як Україна, покладатися на розвиток індустрії туризму лише за рахунок приватного капіталу неможливо, а втрачена довіра до держави як до партнера і гаранта прав і інтересів інвестора має відроджуватися за рахунок того, що держава своїми діями, своїм прикладом буде демонструвати зацікавленість у розвитку галузі, зокрема через механізм закупівель. Таким чином, застосування публічних закупівель є не лише

фактором розвитку індустрії туризму, але й фактором покращення інвестиційного клімату і довіри інвесторів до влади в Україні.

Література:

1. Энциклопедия туризма: монография / под общ. ред. А.А. Федулина. – М, 2017. – 527 с.

2. Л.Н. Давыденко Л.Н., Ялтыхов Д.В. Методология развития инноваций в мировой индустрии туризма // Журнал международного права и международных отношений. – 2016. – №3-4. – С.60–65.

3. International Tourism Results and Prospects for 2016 [Electronic resource] // World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2016_hq_jk.pdf>.

Джаман М.О.
д.е.н., доцент, академік АЕН України, зав.кафедри
менеджменту ПрАТ Українсько-Польського
ВНЗ «Центрально-Європейський університет»,
член Правління Співки економістів України

ТУРИСТИЧНИЙ ОБРАЗ РЕГІОНУ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ

Анотація. Стаття присвячена туристичному образу регіону (ТОР) як фактору формування конкурентоспроможності та інвестиційній привабливості території. У статті зроблено аналіз наукових праць західних, російських і вітчизняних вчених-науковців. Виявлено, що досить часто зустрічається аналіз феномену імідж регіону в політичній, економічній, географічній соціальній, маркетинговій площині тощо, а безпосередньо проблема ТОР належного висвітлення не отримала. Визначена категорія регіону в нашому розумінні і конкретизовані принципи, якими доцільно керуватися для створення культурно-образної характеристики території. Представлено як туристичний образ регіону сприяє тому, щоб ту чи іншу територію поважали не тільки споживачі туристичного продукту, а й бізнесмени та інвестори, прагнули відвідати, працювати і навіть жити на ній; як ТОР позитивно впливає на рівень свідомості суспільства, на рівень його естетичного та екологічного виховання.

Ключові слова: образ, імідж, бренд, регіон, конкурентоспроможність регіону, інвестиційна привабливість регіону.

Постановка проблеми. Існуючі розбіжності у господарському, суспільному і політичному розвитку регіонів України зумовлені не тільки особливостями їх розташування, а здебільшого неефективним використанням власних ресурсів. виправити таку ситуацію можуть тільки ті ресурси,

які відрізняють його від інших територій. Для цього їх необхідно втілити у конкретних продуктах, що розраховані на певні цільові групи споживача. Однією з таких найперспективніших груп для будь-якого регіону в наш час є туристи, тому актуальною проблемою сьогодення постає створення привабливого туристичного образу регіону, оскільки він здатний позитивно вплинути на темпи соціально-економічного розвитку, його конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість.

Аналіз останніх досліджень. Підтвердженням актуальності формування образу або іміджу регіону є поява в останні десятиріччя значної кількості наукових праць в цьому плані. Досить часто зустрічається аналіз феномену іміджу в політичній, економічній, географічній, соціальній, маркетинговій площині тощо. Серед західних науковців значний доробок у цьому сенсі становлять праці Г. Берсона, Ф. Котлера, Дж. Траута. Особливого розвитку концепція іміджу держав і території отримує у 90-х роках минулого століття у працях Ф. Котлера. Серед російських вчених варто назвати праці Е.А. Галумова, А.Є. Кирюніна, А.П. Панкрухіна, І.Я. Рожкова, В.Г. Кісмережкіна та ін.

Різні аспекти формування іміджу, у т.ч. України, розглядалися і вітчизняними дослідниками. Це праці А. Акайомової, Д. Богуша, Л.В. Губерського, В. Данилова, Н.О. Качинської, В.Г. Королько, О. Петкової, Г.М. Сашука, В.І. Терещук, Л.В. Харченко та ін. З точки зору формування туристичного іміджу безпосередньо територій значний інтерес становлять праці вітчизняного дослідника М.Г. Бойко. Однак, попри значну увагу науковців до проблеми формування політичного іміджу держави, проблема формування туристичного образу регіону належного висвітлення не отримала.

Постановка завдання. У даній статті ми розглядаємо туристичний образ регіону в якості важливого фактора

формування його конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. В даному випадку регіон ми розуміємо як певну територіальну соціально-економічну систему, що характеризується цілісністю і взаємопов'язаністю її складових елементів, а туризм – як «локомотив» лобіювання соціокультурних, інвестиційних та інших інтересів території, як практику актуалізації (товаризації) унікального ціннісного послання регіональної культури національного надбання і формування на цій основі ексклюзивної регіональної економіки.

Завдання, які автор вирішує у даному дослідженні:

- оцінка існуючих поглядів на туристичний образ регіону;
- визначення категорій «регіон» і «туризм»;
- визначення пріоритетності факторів впливу на формування туристичного образу регіону, на його конкурентоздатність та інвестиційну привабливість;
- формулювання принципів, якими необхідно керуватися при створенні культурно-образної характеристики регіону;
- оцінка впливу туристичного образу регіону на суспільну свідомість.

Методологія. Під час проведення дослідження було використано *методи аналізу та синтезу* при вивченні складових територіальної соціально-економічної системи (ТСЕС); *системний підхід, метод узагальнень та логічний* під час розгляду визначень категорій «образ», «імідж», «бренд» для надання відповідних висновків та практичних рекомендацій на основі проведеного дослідження.

Виклад основного матеріалу. Загально відомо, що туризм – це єдина виробнича галузь, про яку майже всі згадують із задоволенням, адже саме слово «туризм» асоціюється у людини з приємним місцем, де вдалося побувати в минулому і яке хочеться відвідати в майбутньому.

Для України розвиток туризму особливо актуальний, оскільки завдяки йому можна поліпшити соціально-економічну ситуацію в країні. Загально відомо, що сфера туризму підтримує майже 50 суміжних галузей і створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу 10 особам, а створення одного робочого місця в туризмі у 20 разів дешевше, ніж у промисловості. Італія, Іспанія, Франція, Греція, Кіпр, Польща завдяки розвитку туризму зуміли за досить короткий час подолати економічну кризу. Наприклад, Іспанія і Італія, приймаючи щорічно понад 50 млн зарубіжних гостей, отримують відповідно 47,9 та 35,4 млрд доларів прибутку, Австрія, населення якої становить 8,6 млн жителів, щорічно приймає 18,2 млн мандрівників, а надходження до бюджету перевищують 15,5 млрд доларів в рік.

Україна, незважаючи на складну соціально-економічну ситуацію, має всі передумови для розвитку туризму. Вона розташована у центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, має сприятливі природно-кліматичні умови, багатий рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела (Карпати, Крим, Чорноморське і Азовське узбережжя, басейни Дніпра, Десни, Дунаю, Дністра, Західного Бугу), багату історико-культурну спадщину, людські та матеріальні ресурси. В Україні налічується понад 125 тис. пам'яток археології та архітектури, сотні музеїв. У географічному центрі Європи перехрещуються майже всі європейські культури. З давніх часів українська культура є прямою спадкоємницею культури Київської Русі, а її своєрідність полягає в тому, що Україна є не лише торговим, але й духовним перехрестям Заходу і Сходу. Перехрестя шляхів веде до Туреччини, Близького Сходу, Індії, Скандинавії та країн Західної Європи.

Туризм має свою специфіку, оскільки тут здійснюється торгівля як послугами, так і товарами. За оцінками фахівців,

частка послуг у туризмі становить 75%, товарів – 25%. Турист користується комплексом послуг, які надають йому в певному місці – регіоні. І коли турист вибирає мету своєї подорожі, він завжди порівнює між собою різні місця і ті послуги, які там є, він вибирає із них саме ті, що йому більше всього підходять. Територія, де пропонується комплекс послуг, не обов'язково повинна мати чіткі адміністративні границі. Це може бути і частина регіону, і туристичний центр, і готель, де є всі необхідні для організації відпочинку і розміщення туристів споруди. Такою територією може бути частина області чи держави, або навіть група країн, які турист вибирає за мету своєї мандрівки.

Всесвітня туристична організація визначає туристичний регіон як територію, яка володіє великою мережею спеціальних споруд і послуг, що необхідні для організації відпочинку, навчального процесу чи оздоровлення, які продаються туристу, або групі туристів, виробником послуг. *Отже, туристичний регіон – це і мета подорожі, і туристичний продукт, і конкурентоздатний суб'єкт, який повинен управлятися як стратегічна комерційна одиниця.*

На наш погляд, туристичний регіон можна навіть розглядати з урахуванням вимог тих, які вирушають у подорож. У такому випадку виділяють чотири параметри, виходячи з яких турист, який прибув одного разу на місце відпочинку, хоче задовольнити свої туристичні інтереси ще раз. В залежності від досвіду, мотивації поїздки і відстані від місця проживання відпочиваюча людина виділяє наступні параметри: житло, місце, ландшафт і екскурсії. А якість регіону, як виробника турпослуг, повинна оцінюватись через те, на скільки швидко регіон може пристосувати свої послуги до потреб і вимог замовників. На випадок, якщо якомусь регіону пощастить установити на ринку оптимальні ціни на свої турпродукти і послуги, цей регіон зможе накопичити достатньо засобів, щоб добре оплатити роботу всіх учасників

виробничого процесу, а також відмежуватися від зовнішніх ефектів виробництва і споживання турпослуг всіх осіб, що заняті в даному процесі. Таким чином, здатність отримати від ринку достатню кількість накопичення цінностей можна визначити як конкурентоздатність регіону. У зв'язку з цим ми вважаємо, що *стратегічна мета туристичного регіону як конкурентної одиниці – це забезпечення конкурентоздатності на довгий період*. Справа в тому, що взаємодія готелів, підприємств транспорту, торгівлі, їх ринків, населення і стан довкілля активно впливає на конкурентоздатність регіону. Безпосередньо ринки висувають високі вимоги до продукції і таким чином стимулюють роботу галузей і навпаки, – конкурентоздатні галузі зацікавлені у зберіганні і збільшенні кількості вимогливих клієнтів на місцях. Галузі, які отримують від туризму добрий прибуток, одночасно формують у місцевого населення позитивне враження про нього. Це, в свою чергу, створює гарантію їх хлібосольності до туристів і відпочиваючих, що значно полегшує реалізацію інвестицій в інноваційні туристичні проекти. А така обстановка загалом сприяє конкурентоздатності туристичного регіону.

Отже, туристичний регіон як конкурентка одиниця включає: а) суспільно-економічну систему, б) туристичну політику, в) політику охорони навколишнього середовища, г) інтереси економіки, держави і населення, д) раціонального збереження і ефективного використання ресурсів та е) охорону екологічної системи. В умовах інтенсивного розвитку інформаційних технологій різні регіони і локальні території вдаються до активних дій, спрямованих на формування позитивного ставлення до них, що розглядається як механізм залучення нових ресурсів і розширення сфери свого впливу. Серед найважливіших конкурентних переваг регіонального розвитку туристичний образ регіону виступає

певним територіальним ресурсом, здатним впливати на перспективу його розвитку.

Нині проблеми створення *образу, іміджу* або *бренда* території визнаються як найважливішими не тільки вченими-дослідниками, а й урядовцями. При всій подібності цих понять їх часто використовують як синоніми, але вони мають певні методологічні відмінності. Доволі поширене поняття «образ» включає в себе багато інших, таких як «імідж», «стереотип», «міф» тощо. Найбільш широко «образ території» можна визначити як сукупність її характеристик, що відображені у свідомості людей. У межах напрацювань цього напрямку, образ передбачає відбиття перед усім культурних, історичних, естетичних та інших «ідеальних» значень території. «Імідж регіону» утворюється у суспільній свідомості на основі його реального образу, неодноразово підкресленого відповідними інформаційно-комунікативними технологіями та ідеологічними побудовами. В той же час, «бренд території» являє собою відомий і зафіксований у суспільній свідомості самоцінний імідж. Між тим, туристичний образ дозволяє багатьом країнам, незалежно від рівня їхнього соціально-економічного розвитку, «перекрити» свої негативні явища саме туристичною привабливістю. Ми маємо на думці використати туристичний образ не для приховування проблем регіону, а для того, щоб він став джерелом формування привабливості, зацікавленості суспільного життя в регіоні. Тому пропонуємо проаналізувати сутність та методологічні відмінності понять «образ» – «імідж» – «бренд» території з точки зору застосування їх у туристичній сфері, як фактор з метою запровадження програм конкурентоздатного регіонального розвитку.

Зауважимо, що нині серед вчених найбільш поширено тлумачення «імідж» через поняття «образ». Останній став предметом наукового інтересу цілої низки дисциплін і

напрямів: психології, журналістики, лінгвістики, літературознавства, краєзнавства, філософії та ін. Особливо схожий за генезою феномен – образ території – уже довший час виступає предметом уваги географів, культурологів, істориків і археологів. Для підтвердження, у географії територія виступає одним з ґносеологічних пріоритетів, тобто створення її образу не є чимось принципово новим. Звертаючись ще до радянських часів, зокрема до спадщини відомого географа В.П. Семенова-Тян-Шанського, можна зазначити, що він неодноразово наголошував на необхідності застосування у країнознавчих описах яскравих образних характеристик. У середині 1990-х рр. проблема формування образу країни активно обговорювалася на сторінках наукових журналів, внаслідок чого сформувалася концепція «культурно-образного країнознавства» (М. Мироненко і Д. Замятін). Зокрема М. Мироненко відзначає, що образ – це не стільки термін, скільки символ, знак загальної дослідницької установки, вихідної інтуїції, протилежний за значеннями таким символам, як «схема», «формула», «система» і т.п. За його словами образ являє собою категорію конкретного мислення, особливу роль у якому відіграють емоційні моменти і особисте ставлення дослідника до предмету. Він припускає наявність особливого, індивідуального і конструється саме з цих сторін реальності [1, с.56]. Окрему увагу привертають дослідження Д. Замятіна в галузі гуманітарної географії. Лейтмотивом його наукових розвідок є образи територій, які, на його переконання, є місцем, що не прив'язане до окремих географічних координат, а виступає «радіше як власний образ або їхня сукупність» [2, с.32]. Отже, виявлення туристичного образу регіону або країни, дозволяє розділяти його туристичні умови і ресурси, виокремлювати серед інших територій, розкрити неповторний колорит регіонального і національного туристичного простору.

Для створення культурно-образної характеристики території Н.Ю. Замятіна пропонує керуватися наступними принципами: 1) *«квантова» організація тексту* (тобто інформація має групуватися у певні згустки, тематичні блоки. Важливо щоб вона була просякнута найхарактернішими рисами, які вступають у певну взаємодію і серед них повинна виокремитися провідна, центральна характеристика певної країни); 2) *обмежена кількість провідних тем* (це означає, що тем має бути не більше семи для однієї країни чи регіону, щоб не ускладнювати і не перевантажувати засвоєння інформації); 3) *символи тем* (кожен «квант» інформації повинен мати свій яскравий символ, доповнений і розширений додатковою інформацією у вигляді тематичного блоку, адже людина, зазвичай, екскурсію або подорож пов'язує в пам'яті із певним предметом, подією чи коротким яскравим спогадом); 4) *нарощування теми* (тема має повторюватися кілька разів, лаконічно і в різних варіантах. Візуальні ознаки повинні підкріплювати тему у формі «портрета» чи фотографії конкретного місця, а аналітичні коментарі повинні бути з причинно-наслідковими зв'язками); 5) *географічне представлення образу* (окрім звукових, смакових, візуальних та інших асоціацій корисно подати географічну низку – адже розподіл регіональних відмінностей «культурного ландшафту» допомагає розглядати регіон не тільки як соціальне середовище, але і як інформаційний простір, управління яким відкриває можливості отримати реальні конкурентні переваги); 6) *перевірка контексту сприйняття* (враховуючи, що будь-який текст сприймається кожним по-різному, то образне відтворення дійсності і образний підхід продукує неабияку суб'єктивність у створенні країнознавчих текстів) [3, с.4-6]. Ми цілком підтримуємо наведені принципи і заодно думку Д.М. Замятіна в тому, що об'єктивність образу будь-якого регіону залежить від: а) врахування усіх

динамічних властивостей об'єктивно-образної реальності, що і визначає інформаційну місткість образу, б) географічний простір в образі країни стає максимально структурованим і усвідомленим у межах конкретної історичної епохи; в) розподіл «ідеальних значень» і «сеансів» постає у центрі будь-якої характеристики і є основою для створення туристичного образу території; г) туристичний образ може продукувати не тільки художньо-образне відтворення дійсності, а й певне перетворення регіону [2, с.114-116]. Тобто туристичний образ регіону мимоволі, підсвідомо спирається на реальні ресурси регіону чи країни, акцентує здебільшого позитивні характеристики і нівелює невідгдані. Це тому, що сама специфіка туризму продукує певне «зачарування» територією, ідеалізує її, а «за кадром» залишає певні недоліки. Усе це наводить на думку, що у більшості випадків ми маємо справу саме зі спеціально сконструйованим туристичним образом, який більш доречно назвати «іміджем». Його можна розглядати як особливий вид реальності, своєрідний територіальний ресурс, що здатний відповідно впливати на розвиток територіальної соціально-економічної системи (ТСЕС) регіону, якісно змінюючи простір.

Актуальним є і те, що нині існує велика кількість напрацювань, присвячених іміджу особистості, товарів і послуг, партій, підприємств і корпорацій тощо. Імідж території також неодноразово привертав увагу дослідників, передусім у площині формування іміджу держави. З цього приводу А.Ю. Парфіненко, проаналізувавши існуючі визначення іміджу регіону [4, с. 21-22] стверджує, що «імідж – це процес комунікативний, покликаний скорегувати уявлення і запити певних цільових груп». Відомий український дослідник П. Беленький відносить імідж регіону до числа «дієвих механізмів забезпечення його конкурентних переваг..., є тим ресурсом, що дає змогу вирізняти на тлі

інших регіонів, забезпечуючи приплив грошових ресурсів у вигляді інвестиційних, туристичних та міграційних потоків, впливаючи на продуктивність ведення господарства, тобто підвищує конкурентоздатність регіону» [5, с. 16]. Здатність іміджу виступати в сучасних умовах важливим конкурентним ресурсом відзначають й інші науковці (І.С. Важеніна, Л.М. Хижняк). Таким чином, створення позитивного іміджу регіону чи країни розглядається сьогодні як одне з найбільш пріоритетних завдань державної політики і національної безпеки. Позитивний імідж сприяє тому, щоб ту чи іншу територію поважали не тільки споживачі туристичного продукту, але й іноземні бізнесмени та інвестори, прагнули її відвідати і навіть на ній працювати, комфортно і престижно мешкати в її межах, щоб туди з великим нетерпінням хотіли приїздити туристи. Як підтвердження сказаному М. Бойко підкреслює, що в умовах глобалізації туристична привабливість значною мірою залежить від «використання важелів геодиференціації та позиціонування туристичного простору для відображення відмітних особливостей пропозиції національного туристичного продукту» [6, с.305]. Тобто у нинішніх умовах господарювання туристична привабливість території залежить не тільки від її туристично-рекреаційних ресурсів, а й від конкретних комунікативних стратегій, що застосовуються з метою інформування туристів про переваги даної місцевості.

В умовах глобалізації туристичний імідж регіону відчутно набуває статусу одного з основних ресурсів, що визначає його економічну, політичну і соціокультурну перспективу. Він служить однією з визначальних складових національного бренду країни. Не випадково дослідники відзначають, що необхідно відрізнити процес формування іміджу територіального утворення, як позитивного комунікативного поля, і процес «репутаційного бренд-менеджменту», який потрібно розуміти як «постійний

процес, націлений на реалізацію таких основних напрямків: формування, підтримка і захист репутації» [7, с.52]. Отже, територіальний брендинг – це процес формування репутації території і управління нею.

Доцільно зауважити, що значні дослідження методологічних, методичних та технологічних алгоритмів створення, просування і управління брендами територій представлено передусім у працях зарубіжних науковців і практиків: Д. Аакера, К. Асплунда, В. Кісмерешкіна, Ф. Котлера, В. Ляпорова, А. Панкрухіна, І. Рожкова, С. Анхольта, Дж. Сіммонса, Д. Хайдера та ін. Зазначеними проблемами займалися також і вітчизняні вчені: Д. Богуш, М. Бойко, С. Будько, О. Зозульок, С. Ілляшенко, Р. Колядюк, А. Парфіненко, В. Файфура, О. Шевченко та ін. Однак, визначними фахівцями у сфері територіального брендингу вважаються британські експерти Саймон Анхольт і Уоллі Уоллінс. Так, у 1990-х роках С. Анхольт придумав і перший використав «national branding» і «place brand», заснував дослідження «National Brands Index». На його думку у глобальному світі кожне місто, регіон, країна повинні «конкурувати за туристів, інвестиції, довіру, репутацію і пошану збоку світових ЗМІ. Імідж країни – це її конкурентна перевага. Брендинг країни – це стратегічний підхід до розвитку цієї переваги і бачення того, куди країна може рухатися. Без такого бачення країна не зможе конкурувати» [8, с.50]. Він визначає брендинг країни як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. Сприйняття держав у системі координат брендів логічно приводить до появи рейтингів брендів держав і міст світу, а також до утворення відповідних державних структур, що займаються створенням позитивного іміджу держави. Так, з недавнього часу С. Анхольт і американська дослідницька компанія «Global

Market Insite» запропонували щорічні оцінки вартості брендів, або репутації країн світу. Репутацію визначають за такими факторами: 1) туристична привабливість, 2) людський капітал, 3) якість експортованих товарів, 4) справедливість уряду, 5) привабливість культури і спорту, 6) інвестиційна привабливість і привабливість країни як місця проживання. Запропоновані фактори можуть служити індикаторами для визначення бренду будь-якої країни чи регіону.

Розглядаючи концептуальні основи репутації території, російська дослідниця І.С. Важеніна відзначає, що бренд формується на основі яскраво підкресленого позитивного іміджу території і є найвищим проявом емоційних споживацьких запитів. Вона стверджує, що «бренд – це сукупність унікальних якостей, самоцінних людських цінностей, що відображають своєрідність, неповторні оригінальні споживацькі характеристики даної території і спільноти, які є широковідомими, отримали суспільне визнання і мають стабільний попит з боку споживачів даної території» [9, с.20]. На її думку «бренд території» – змістовне, складне і системне поняття, що може бути схарактеризоване як: а) унікальний емоційно-позитивний образ, б) обіцянка споживачам території бажаних споживацьких якостей, в) гарантія якісного задоволення запитів споживача території, г) підвищений суб'єктивний рівень цінності території для споживача та його задоволення, д) найважливіший фактор конкурентних переваг і доходів регіону [9, с.35]. Отже, будь-яка територія (регіон, область чи місто) пропонує компаніям і громадянам певний продукт, а саме – себе, як центр туризму, місце для бізнесу, вкладання інвестицій, постачальника якісних товарів тощо.

Висновки. Таким чином, розмежування понять «образ», «імідж» і «бренд» території становить не тільки теоретичний інтерес, але має і прикладне значення. Туристичний образ

доцільно використовувати як джерело формування привабливості і зацікавленості суспільного життя в регіоні. В наслідок цього він становиться предметом наукового інтересу цілої низки дисциплін і напрямків дослідження. Водночас він акцентує здебільшого позитивні характеристики і нівелює невідгідні, а також здатний позитивно впливати на розвиток ТЕС регіону, змінюючи простір.

Туристична привабливість території у нинішніх умовах господарювання залежить не тільки від її туристично-рекреаційних ресурсів, а й від конкретних комунікативних стратегій, що застосовуються з метою інформування туристів про переваги даної місцевості. Для створення культурно-образної характеристики регіону доцільно керуватися наступними принципами: «квантовою» організацією тексту; обмеженою кількістю провідних тем; символами і нарощуванням тем; географічним представленням образу та перевіркою контексту сприйняття.

Однак перетворення ексклюзивного образу регіону на його позитивний туристичний імідж і бренд території потребує в даний час ще активного вивчення і прикладної реалізації. Адже, звертаючись до універсальної природи людини, апелюючи до її цінностей і інтересів, образи територій здатні ставати соціально значущими для багатьох, а в перспективі пропагувати свою філософію і відповідно впливати на суспільство в цілому. В першу чергу на рівень його свідомості, естетичного і екологічного виховання.

Література:

1. Мироненко Н. С. Страноведение: теория и методы/ Н.С. Мироненко. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 272 с.
2. Замятин Д.Н. Образ страны: структура и динамика /Д.Н. Замятин // Общественные науки и современность. – 2000. – №1. С.107-115.

3. Замятина Н.Ю. Принципы создания образа мест / Н.Ю. Замятина // География и экология в школе XXI века. – 2004. № 2. – С. 3-11.
4. Туристичний імідж регіону: монографія / за ред. А. Ю. Парфінєнка. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2011. – 312 с.
5. Беленький П. Дослідження проблеми конкурентоспроможності / П.Беленький // Вісник НАН України. 2007. № 5. – С. 8 – 18.
6. Бойко М.Г. Організаційно-економічний механізм формування національного бренду/ М.Г. Бойко// Теоретичні та прикладні питання економіки. – Вип.21. – С. 304-309.
7. Блинов А. Имидж территориальных образований как один из инструментов привлечения инвестиций /А. Блинов //Волга-Бизнес. – 2002. – № 11.– С.52-53.
8. Анхольт С. Создание бренда страны / С. Анхольт // Бренд-Менеджмент. – 2007. – №1. – С. 50-52.
9. Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде: автореф. дис. на соискание учёной степени д.э.н. / И.С. Важенина. – Екатеринбург, 2008. – 48 с.

Джаман М.О.
д.е.н., доцент, академік АЕН України, зав.кафедри
менеджменту ПрАТ Українсько-Польського
ВНЗ «Центрально-Європейський університет»,
член Правління Спілки економістів України

Єрмаков В.В.
Канд. географ. наук.,
доцент кафедри географії та методики її навчання
Полтавського національного педагогічного
університету імені В.Г. Короленка

ТРАДИЦІЙНІ НАРОДНІ ПРОМИСЛИ ПОЛТАВЩИНИ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Постановка проблеми. Розвиток і збереження народних кустарних промислів і ремесел є досить актуальним завданням у контексті подальшого розвитку туризму в регіоні, формування конкурентоспроможного туристичного продукту та зростання місцевих бюджетів за рахунок в'їзного туризму. Ознайомлення з особливостями організації та продукцією народних кустарних промислів Полтавського історико-географічного краю (ІГК) може бути важливою складовою регіональних етномаршрутів, які у майбутньому також можуть стати частиною загальнодержавних маршрутів подібного типу.

Аналіз останніх досліджень. За останні роки з'являються роботи, присвячені сучасним видам туризму, зокрема, етнографічному туризму [1;2;3;4;5]. Опубліковано ряд матеріалів щодо напрямків розвитку етнотуризму та відродження народних кустарних промислів на території Полтавського ІГК, а також результатів дослідження давніх традицій окремих видів народних промислів, зокрема, гончарства, його феноменології [6;7].

Постановка завдання. У даній статті ми поставили за мету визначити найбільш відомі сучасні галузі народних промислів Полтавщини та показати основні напрямки

включення традиційних кустарних промислів до процесу формування регіонального туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу. Дрібні селянські кустарні промисли на території Полтавського ІГК зародилися здавна - приблизно у ХУІІ-ХУІІІ ст. і отримали подальший розвиток у першій половині ХІХ ст. Кустарні промисли у межах Полтавської губернії займали перше місце за розміром та ступенем свого поширення серед інших губерній України. Селянська кустарна промисловість тут почала виходити за рамки натурального господарства і виробляти продукцію на ринок.

На території Полтавського ІГК широко розповсюдженими групами кустарних промислів були промисли з обробки викопної сировини (із них головним було гончарство). Наступною за економічним значенням групою кустарних промислів було виробництво з обробки продуктів тваринництва і, найперше, чинбарство та чоботарство, а також овчинний (скорняжний), тісно пов'язаний із кожушаним (або кушнірним) промислом, роговий промисел (виготовлення гребінців із коров'ячих рогів). Значно меншого поширення отримало сиром'ятництво і тісно з ним пов'язана лимарщина. Промисли з обробки волокнистих речовин – льону, коноплі, вовни та ін. розвивалися переважно для задоволення потреб у першу чергу сільського населення – у білизні та різному одязі. Ці промисли отримали розвиток по всьому Лівобережжю. З усіх видів ткацтва найбільшого розповсюдження отримало виготовлення полотна, простих хусток і рушників, а також в'язання рибальських сіток і, крім того (зрідка), виття мотузків, канатів, шапкове виробництво. Промисли з обробки деревини, окрім плетіння корзин, меблів тощо із лози та рогами, були розвинені у межах всього регіону. При цьому галузева структура кустарних промислів відображала наявність певних видів сировини та безпосередні потреби натурального селянського господарства.

У галузевій структурі кустарних промислів Полтавської губернії значного розвитку отримали їхні наступні види: гончарство, ткацтво, килимарство, вишивання, гребінництво (роговий промисел), обробка дерева, плетіння, кахлярство, шкіряне виробництво, виробництво полотна, художні різьблення, золотарство [8]. Продукція полтавських майстрів була відома далеко за межами краю, експонувалася на міжнародних виставках у Європі. Розвитком кустарних промислів опікувалося губернське земство, створювалися спеціальні ремісничі школи, майстерні, де досвід передавався майбутнім поколінням.

Після короткотривалого періоду відродження у 20-х роках ХХ ст., приватна господарська діяльність у цій галузі була поступово згорнута. Працювати продовжували лише ті майстри, які були організовані у промислові об'єднання. Тому із всього булого різноманіття кустарних промислів і занять лише деякі з них зберегли своє значення у наступні періоди, створивши певний культурний та економічний імідж сучасної Полтавщини. До таких відомих нині традиційних промислів краю слід віднести насамперед опішнянську кераміку, решетилівську вишивку, промисли плетіння з рогози, соломи та лози (на території Чорнухинського, Лубенського, Лохвицького, Миргородського, Великобагачанського та Кременчуцького районів), вироби з дерева у північних районах регіону [9, с.192-196]. Сучасну продукцію народних умільців пропагують також спеціалізовані музеї в Опішні, Решетилівці, Миргороді, а також музеї краєзнавчого профілю і періодичні виставки в кожному районному центрі нинішньої Полтавської області.

Решетилівка сьогодні – це один з найвідоміших центрів народних промислів не тільки Полтавщини, але й за межами України. Сучасна вишивка розвинулася тут на основі багатой спадщини і традицій.

У районі давнього містечка Опішні гончарство існувало ще зі скіфських часів, чому підтвердженням слугують матеріали археологічних розкопок. З кінця XIX ст. селище по праву вважається гончарною столицею України, відомою далеко за її межами. Нині на базі Національного музею-заповідника українського гончарства щоліта проходять всеукраїнські симпозиуми монументальної кераміки та святкові заходи і ярмарки. Інститут керамології проводить значну роботу щодо вивчення різних аспектів традиційного гончарства [7;10].

У зв'язку з розвитком різних видів туризму на території Полтавщини постало питання про можливість відродження ряду традиційних кустарних промислів вже як складової частини регіональних туристичних кластерів. Ці процеси отримали свій розвиток у кількох напрямках. Зокрема, народні ремесла виступають в якості додаткових атракцій у системі послуг сільського зеленого туризму. Прикладом може слугувати робота громадської організації «Гордіївна» на Миргородщині, де відпочинок на селі органічно доповнюється елементами традиційного для цих місць рогового промислу.

Наступним напрямком можна вважати організацію різноманітних заходів в рамках подієвого туризму. Мається на увазі проведення культурно-мистецьких та виставкових заходів в різних районах області, де широко представлені вироби декоративно-ужиткового мистецтва. Наприклад, такими вже традиційними в області стали заходи «Решетилівської весни» (м. Решетилівка), «Пісні бузкового гаю» (на території Диканського регіонального ландшафтного парку), «Взяв би я бандуру» (сmt Велика Багачка), «Свято писанки» (м. Карлівка) та ряду інших. Цьому активно сприяє проведення щорічних традиційних ярмарок, де виставляються та реалізуються вироби місцевих майстрів (відомий Сорочинський ярмарок).

Ще одним важливим напрямком включення традиційних народних промислів до створення регіонального туристичного продукту є розробка низки спеціальних екскурсійних маршрутів (наприклад, в межах програми «Золоте кільце Полтавщини»). Зазначені напрямки поєднуються із семінарами, тематичними виставками та рекламною кампанією [10;11].

Висновки. Таким чином, традиційні кустарні промисли та ремесла сучасної Полтавщини становлять важливу складову для розвитку не тільки етнотуризму в регіоні, але й в'їзного туризму з метою пізнання його культурної специфіки. Тому питання збереження та відродження народних промислів повинно знаходитися у площині включення їх до складу нових туристичних маршрутів, атракцій, мистецьких свят і подій та послуг сільського зеленого туризму.

Дані заходи спрямовані на ознайомлення широкого загалу потенційних відвідувачів з історико-культурною, етнографічною спадщиною нашого краю, що дасть змогу народним майстрам презентувати свої вироби, включитися до регіонального туристичного кластеру і сприятиме подальшому розвитку підприємництва у сфері туризму (особливо зеленого) та більш широкому культурному обміну. Полтавський історико-географічний край стане інвестиційно привабливим не тільки для вітчизняних підприємців але й зарубіжних, що значно збільшить місцеві бюджети територіальних громад.

Література:

1. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
2. Ковынева Л.В. Зарубежный опыт организации этнографического туризма // [Електронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer27/516.pdf>.

3. Рожнова Владислава, Терес Наталія. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід. // Етнічна історія народів Європи. – 2013. – Вип.39. – С.35-44.

4. «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи»: [Текст]:3б. матер. V Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 26 квітня 2017 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. – Львів: ЛІЕТ, 2017. – 216 с.

5. Тихонова Т.Ю. Этнический туризм в развитии регионов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/17_AVSN_2012/Geographia/1_112134.doc.htm.

6. Качкар Володимир. Жива глина: Мандрівка в минуле та сьогоднішнє Опішного. – Опішне: Українське Народознавство, 1994. – 232 с.

7. Пошивайло Ігор. Феноменологія гончарства: Семіотико-етнологічні аспекти. – Опішне: Українське Народознавство, 2000. – 432 с.

8. Полтавщина: Енциклопедичний довідник (за ред. А.В.Кудрицького). – К.: Вид-во УЕ, 1992. – 1024 с.

9. Полтавська область: природа, населення, господарство. Географічний та історико-економічний нарис. – Вид. 2-е, доп. і перер. За ред. К.О. Маца / Полтава: Полтавський літератор, 1998. – 336 с.

10. Оніщук Л.М. Перспективи розвитку народних промислів та етномаршрутів у Полтавському регіоні / Л.М. Оніщук // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Розвиток малого ті середнього бізнесу в туристичній індустрії України» 29–30 березня 2007 року. – Полтава: Видавництво Полтавського інституту економіки та менеджменту «Світоч», 2007. – С. 9-12.

11. «Перспективи розвитку туристичної індустрії Полтавської області та інших регіонів України». Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 16 вересня 2005 року, м. Миргород. – Полтава: Інститут економіки та менеджменту «Світоч», 2005. – 109 с.

ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Соціогуманітарна наука, зокрема соціологія туризму, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища, його зв'язок з соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства характеризує феномен туризму як соціальний інститут. Туризм, як і будь-який інший інститут суспільства, пройшов усі стадії процесу інституалізації: виникнення, формування та організаційне оформлення. Структура соціального інституту залежить від його типу та має певний специфічний набір складових елементів: мету, задачі, функції та засоби їх досягнення за наявності відповідних норм, правил, санкцій, системи ролей, які забезпечують задоволення потреб груп, окремого індивідуума.

Соціальний інститут туризму має спільні з іншими інститутами ознаки, які згруповані наступним чином.

По-перше, сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей у рекреаційних послугах за наявної транспортної мережі та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування сфери, тобто відносяться до туристичної інфраструктури. Для відповідних категорій осіб – споживачів туристичних послуг, у господарській практиці існують окремі види туристичної діяльності створені з метою задоволенню тих чи інших потреб представників різних соціальних груп.

По-друге, моделі культурної поведінки індивідуумів, пов'язані з їх ставленням до соціокультурних явищ, цінностей, норм, ідей, символів – культурні зразки туризму та відповідна до їх система поведінки. Зміст туризму як

соціокультурного явища розкривається в різних аспектах, кожен з яких характеризує певну сторону цієї діяльності, а в цілому вони дозволяють зрозуміти його сутність. Гносеологічний аспект проявляється в тому, що туризм спрямований на отримання певної інформації і знань, з одного боку; з іншого – гносеологічний аспект можна визначити як передумову успіху туризму. Ця діяльність вимагає від суб'єкта певних знань, зокрема про регіон, його географії, природно-кліматичні особливості, а також знань із здійснення туристичної діяльності. Ці знання системи і невід'ємні від самої діяльності. Праксеологічний аспект туризму виражається в тому, що завдяки цій діяльності людина розвивається як особистість, культурно збагачується, підвищуючи свій духовний потенціал. У той же час, туризм як діяльність здатний змінити соціальне і природне середовище. Досить рельєфно виражений в туризмі економічний аспект, що проявляється у впливі цієї діяльності на всі аспекти економіки. Аксіологічний аспект туризму проявляється: 1) в ціннісній свідомості її суб'єктів, тобто системі установок, поглядів, ідей, уподобань, вироблених в їх культурі; 2) сама туристична діяльність є соціокультурну цінність; 3) ціннісним є продукт туристичної діяльності [1, с. 80–81]. Отже, туризм як соціокультурне явище неможливо однозначно віднести тільки до матеріальної або духовної області, він пронизує «червоною лінією» всі складові системи культури – економічну, екологічну, естетичну тощо.

Цінність туризму для суспільства має прояв у наступних аспектах: оздоровчому, пізнавальному та виховному. Оздоровча цінність туристської діяльності пов'язана з одночасною дією таких чинників: зміна суспільного середовища, кліматичних умов і видів діяльності, що має за мету загартування і підвищення фізичної життєдіяльності організму. Мотиваційними механізмами туристичної діяльності, що в даному випадку визначають цінність, є

гедонізм, самостійність та безпека. Пізнавальна цінність проявляється у тому, що під час подорожей туристи взаємодіють з іншими об'єднаннями людей, що склалися історично, розширюють світогляд і поглиблюють свої знання в різних областях науки, культури і мистецтва. Мотиваційними механізмами туристичної практики, що в даному випадку визначають цінність, є комунікація та самовдосконалення. Виховна цінність туризму має прояв наступним чином. Оскільки туристична діяльність зазвичай має колективний характер, коли один залежить від іншого, коли власні інтереси не можна ставити вище інтересів колективу, то все це надає можливості для виховання індивідуумів в дусі колективізму з метою формування таких рис характеру, як воля, впевненість в собі, витримка, рішучість, готовність прийти на допомогу тощо. Мотиваційним механізмом туристичної діяльності, що в даному випадку визначають цінність, може стати стимулювання (подолання, ризик, екстрим, труднощі, відвага).

Туризм має систему символів та брендів, які зазвичай пов'язані із забезпеченням привабливості дестинацій. Найважливішою роботою в цьому напрямку є філософсько-культурологічне осмислення культурних просторів: провінційних міст, мегаполісів, регіонів як функціональних утворень, символічно цілісних. Поряд з аксіологічними, архітектурно-естетичним, ландшафтним, антропологічним, соціологічним, синергетическим підходами важливим є семіотичний підхід, який базується на постулаті: культурний простір має символічний характер, обумовлений різницею різноманітних текстів, що відтворюють глибокі культурні смисли і розкривають ціннісно-нормативні системи різних культур [2, с. 86].

По-третє, матеріальні та людські ресурси, необхідні для вирішення завдань туризму. До матеріально-технічної бази

туризму відносяться: туристські фірми (туроператори і турагенти), готелі, туристичні бази та клуби, підприємства ресторанного господарства і торгівлі, транспортні підприємства, пункти прокату туристського спорядження та інвентарю тощо. Однак, основним ресурсом розвитку туризму є людські ресурси, оскільки тільки їм притаманний такий соціальний феномен, як гостинність, який не може в туристській діяльності замінити жодний ресурс або штучний механізм.

В-четверте, суспільно визнана місія, мета, ідеологія туризму. Трансформувавшись з модерної практики організації дозвілля на важливий соціальний інститут, що має власні інституційні функції, туризм постає у вигляді масового соціокультурного явища, з яким змушені рахуватися як національні уряди, так і міжнародні організації [3, с. 11].

Так, комунікаційно-гуманітарна місія туризму являє собою основу його соціального змісту, високе призначення, відповідальну суспільну роль, що закладені у ст. 3 Статуту Всесвітньої туристської організації, яка прагне, відповідно до цілей і принципів Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй, сприяти розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини і основних свобод для всіх людей незалежно від раси, статі, мови і релігії. Метою визначено сприяння розвитку відповідального, сталого і загальнодоступного туризму в рамках реалізації прав, якими володіють всі люди в плані використання свого вільного часу для відпочинку і подорожей, і поважаючи суспільний вибір всіх народів [4].

Основу сукупності ідей, цінностей, принципів і уявлень, що визначають цілі та завдання розвитку суспільства і обґрунтовують шляхи їх реалізації складає ідеологія. «Для

інституту туризму характерна наявність ідеології як системи ідей, що регулює поведінку суб'єктів. В цілому ідеологія туризму також носить надінституційний характер, так як його глобальні ідеї і принципи – єдність націй, єдність культурного простору, свобода залучення до культурної спадщини людства поза територіальних кордонів – виходять далеко за межі будь-якого певного соціального інституту» [5, с. 11]. Державна ідеологія, будучи важливим фактором зміцнення державності, певним чином «програмує» діяльність соціальних інститутів туризму і спрямована на стабілізацію соціуму, формування нормативно-правового простору, «орієнтацію» руху суспільно-політичної думки, встановлення обмежень на зміни сформованого (або який формується) соціального порядку [6, с. 74]. Тому, можна стверджувати, що туризм – одна з найбільш ідеологічних сфер людської діяльності, що являє собою певний механізм трансляції, закріплення та зміни ідей, теорій і поглядів, які відображають соціально-економічні умови життя людей з позицій певної соціальної спільності на основі розвитку культури міжетнічного спілкування. Даний механізм, може працювати відповідно до загально визнаних цілей на принципів даного соціального феномену – це вихід зі звичайного середовища та набуття нового сенсу життя без стороннього впливу, так і деформуватися завдяки присутності різних негативних ідеологічних явищ за допомогою яких можуть відбуватися маніпуляції зі свідомістю людей, вестися неоголошені, часто невидимі світові інформаційні війни в суспільстві.

Отже, інституціоналізація туризму та прояв у даного соціального феномену відповідних ознак, надає підстави для визнання його формальним (діяльність регулюється законодавчими актами та нормативними документами) неголовним (функції туризму спрямовані на реалізацію життєвих потреб людини, які притаманні певним

соціальним групам) соціальним інститутом, який сприяє закріпленню і відтворенню важливих для суспільства соціальних відносин, а також стійкості системи у всіх основних сферах її життєдіяльності – економічній, політичній, соціальній та духовній, де місце і роль туризму потребує переосмислення у зв'язку із сучасними глобалізаційними процесами. Зважаючи, на те що останні шість десятиліть, туризм набуває все більшого поширення, сприяє диверсифікації економіки, він став одним з найбільших і швидко зростаючих її секторів в світі, перетворився на ключовий фактор соціально-економічного прогресу. Сфера туризму позитивно впливає не тільки на сам сектор, а й на всі, пов'язані з ним галузі через створення робочих місць і підприємств, доходів від експорту, і розвиток інфраструктури. Іншими словами, на даному етапі розвитку туризм відноситься до групи екзогенних соціальних інститутів, джерелами розвитку яких є зовнішні інституційні фактори (природно-кліматичні і географічні, екологічні ресурси країни, суспільно-політичні відносини, міжнародний поділ праці, рівень цін на міжнародному ринку і в окремих країнах), елементи культури (мова, соціальні цінності, норми і звичаї, традиції та обряди), що обумовлені, перш за все, накопиченням людством нових знань, що необхідні для задоволення однієї з фундаментальних потреб суспільства – забезпечення засобів існування. Все це створює підставу для надання туризму статусу соціального економічного інституту – соціально-культурної платформи інтеграції образів, ціннісних орієнтирів, норм, ролей, статусів, пріоритетів, установок туризму, їх транслявання і закріплення для отримання оптимального результату функціонування механізму взаємодії економічних потреб та інтересів суспільства. Діяльність даного інституту спрямована на структурування та координацію економічних відносин з метою забезпечення їх ефективності; досягнення основних

суспільно-політичних цілей; зниження невизначеності у взаємовідносинах, досягнення єдності і згоди в поглядах, сприяння подоланню конфліктів і розв'язання суперечностей розвитку економіки.

Література:

1. Ачмиз А.К. Туризм как социокультурное явление / А.К. Ачмиз // Теория и практика общественного развития. – 2010. – № 1. – С. 75–82.

2. Иванова Л.Ф. Символ в контексте туризма и проблема культурно-исторического позиционирования дестинаций / Л.Ф. Иванова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 5 (31): в 2-х ч. – Ч. I. – С. 85–88 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

www.gramota.net/materials/3/2013/5-1/. – Заголовок с экрана.

3. Парфіненко А.Ю. Туризм як прояв і чинник глобалізації сучасного світу / А.Ю. Парфіненко // Туризм як національний пріоритет: колективна монографія за редакцією І.М. Писаревського. – Харків: ХНАМГ, 2010. – С. 5–14.

4. Глобальний етичний кодекс туризму. Всесвітня туристична організація: Міжнародний документ від 01.10.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001. – Назва з екрана.

5. Карицкая И.М. Туризм как социальный институт / И. М. Карицкая // Идеи и идеалы. – 2011. – № 2 (8). – Т. 2. – С. 9–14.

6. Хынг Н.К. Культура как ресурсный фактор устойчивого развития туризма во Вьетнаме / Н.К. Хынг // Вестник МГУКИ. – 2013. – № 1 (51). – С. 73–78.

Кравців В.С.

д.е.н., академік АЕН України,
директор ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долішнього НАН України»,
науковий керівник Секції регіональних досліджень

Гулич О.І.

старший науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долішнього НАН України»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасний глобалізований світ належним чином оцінює переваги від розвитку туристичної галузі. Туризм сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, оскільки сфера туризму і курортів пов'язана з роботою більш як 50 галузей, підвищує інноваційність національного господарства.

Туризм сприяє збереженню і розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відношень між різними країнами і народами, збереженню екологічно безпечного довкілля.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 7% загального обсягу світового експорту та близько 30% світового експорту послуг. Кожне 10 робоче місце у світі припадає на сферу туризму [1].

Туризм – це галузь, яка стабільно зростає у світі й щороку збільшується мінімум на 3%. За підрахунками ЮНВТО у 2016 р. в Європі подорожувало 616 млн туристів та їхні витрати склали понад 447 млрд доларів США, а загалом за рік світові туристи витратили 1,4 трлн доларів.

Європейський континент у 2016 р. відвідало 50% усіх туристів на планеті. Прогнозується, що до 2030 р. кількість

міжнародних туристичних відвідувань зростає до 1,8 млрд туристів [1].

Україна як європейська держава має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму.

Проте, сьогодні туристично-рекреаційна галузь економіки України дуже складно виходить з кризи 2014–2015 років, коли відбувся спад туристичної діяльності порівняно з 2013 р. майже вдвічі. За багатьма параметрами, зокрема за кількістю обслугованих туристів, у 2016 р. не вдалося вийти хоча б на показники докризового періоду (табл.1).

Таблиця 1.

Туризм в Україні (основні показники розвитку)*

Показники	Роки			
	2013	2014	2015	2016
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, одиниць	5071	3885	3182	3506
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	13531	11513	9588	10412
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн	5676,27	5566,64	5015,35	11935,68
Кількість обслугованих туристів, осіб, усього	3157158	2425089	2019576	2549606
у тому числі:				
громадяни України	3019921	2408019	2004417	2514535
іноземні громадяни	137237	17070	15159	35071

* Розраховано за даними Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gov.stat.ua>

Водночас, потрібно відмітити позитивний тренд у розвитку туристично-рекреаційної галузі та приріст майже усіх показників у 2016 р. порівняно з попереднім 2015 р.:

- кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб і фізичних осіб підприємців) зросла із 3182 до 3506 (на 10 %);

- середньооблікова кількість штатних працівників зросла із 9588 до 10412 осіб (на 9%);

- дохід від надання туристичних послуг зріс із 5015,3 млн грн до 11935,7 млн грн (у 2,38 рази);

- кількість обслужованих туристів зросла із 2019576 осіб до 2549606 осіб (у 1,26 рази), у тому числі:

- громадян України – із 2004417 осіб до 2514535 осіб (1,25 рази);

- іноземних громадян – із 15159 осіб до 35071 особу (у 2,31 рази).

Позитивних зрушень вдалося досягнути завдяки низці кроків на державному рівні:

- у структурі Міністерства економічного розвитку і торгівлі був створений відділ розвитку туризму та курортів, який згодом розширили до департаменту туризму та курортів, що засвідчило визнання туризму як галузі економіки;

- 6 квітня 2016 р. відбулися парламентські слухання на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України», за результатами яких прийняті рекомендації (схвалені постановою Верховної Ради України від 13 липня 2016 р. №1460-VIII);

- розроблено і затверджено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. (розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р).

Метою реалізації Стратегії 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 [2].

Реалізація завдань за основними напрямками Стратегії – «Безпека туристів», «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів», «Розвиток туристичної інфраструктури», «Розвиток людських ресурсів», «Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України» – потребуватиме мобілізації зусиль як безпосередньо учасників туристично-рекреаційної діяльності, так і управлінців на державному, регіональному і місцевому рівні.

Через значну інтегрованість туристично-рекреаційної галузі з іншими сферами і галузями економіки (готельне господарство, сфера послуг, транспорт, інфраструктура, історико-культурна спадщина тощо) її успішний розвиток не зможе відбутися без паралельного розвитку усіх дотичних до туризму і рекреації галузей. Тому так важливо усвідомлювати необхідність комплексного розвитку цієї сфери у її розширеному варіанті.

Для забезпечення ефективної взаємодії учасників туристичного процесу використання організаційного, економічного і фінансового механізмів регулювання розвитку сфери туризму та курортів має враховувати бізнес інтереси суміжних галузей, узгоджуватися з стратегічними пріоритетами розвитку туристичних дестинацій, соціокультурними особливостями територіальних громад, бути у тренді макрорегіональних перспектив розвитку туризму.

В контексті вищезазначеного важливими складовими організаційного механізму забезпечення ефективного розвитку туристично-рекреаційної галузі є:

- цільові та регіональні програми розвитку туризму та курортів;
- плани заходів з реалізації програм розвитку туризму та курортів;

- договори публічно-приватного партнерства;
- туристично-рекреаційні кластери та зони туристично-рекреаційної діяльності.

Дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності туристично-рекреаційної галузі мають забезпечуватися відповідними *економічними* важелями:

- підтримка вітчизняного виробника туристично-рекреаційних послуг;
- фінансове оздоровлення підприємств туристично-рекреаційної галузі;
- формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристично-рекреаційну галузь;
- впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Важливу роль відіграватимуть *фінансові* механізми забезпечення розвитку туристично-рекреаційної галузі економіки. Діяльність із надання туристично-рекреаційних послуг має бути привабливою для бізнесу і забезпечувати йому перспективи розвитку. Цього можна досягти шляхом:

- доступу до кредитів банків та небанківських установ на розумних умовах;
- можливості залучення коштів недержавних цільових фондів;
- активного використання лізингу, спільного інвестування;
- доступу до грантів міжнародних організацій;
- участі у реалізації спільних міжнародних і міжрегіональних проектів.

Велика різноманітність природно-кліматичних умов України обумовлює виділення різних типів туристичних дестинацій і макротуристичних зон, для яких механізми і засоби стимулювання розвитку туристично-рекреаційної

галузі поряд із загальними нормами застосування матимуть і свою специфіку.

Так, для прикладу, для Карпатського туристично-рекреаційного макрорегіону, для якого характерним є присутність гірського масиву Східних Карпат, великих запасів бальнеологічних ресурсів та багатої етнокультурної спадщини горян (гуцулів, бойків, лемків), спільного кордону з кількома європейськими країнами (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія) механізми та інструменти стимулювання розвитку туризму потребуватимуть врахування як специфіки ведення господарської діяльності в гірських районах, так і адаптації до європейських умов і норм ведення туристично-рекреаційного бізнесу, які склалися в країнах Карпатського Єврорегіону.

Збалансований та ефективний розвиток туристично-рекреаційної галузі у Карпатах забезпечуватиметься:

- розробленням та реалізацією регіональних і місцевих програм розвитку інвестиційної діяльності на території гірських районів України, спрямованих на заміщення державного бюджетного фінансування проектів розвитку їх економік (у т.ч. з визначенням серед пріоритетних сфер інвестування туристично-рекреаційного комплексу) шляхом створення інвестиційних фондів, кластерів, інших об'єктів інвестиційної інфраструктури, залучення коштів іноземних інвесторів, трудових мігрантів;

- збільшенням обсягів та практик використання механізмів державно-приватного партнерства, у т.ч. у формі концесій, для реалізації проектів з модернізації туристичної та транспортної інфраструктури, освоєння природних ресурсів (джерел мінеральних вод, лікувальних грязей), реконструкції, збереження та реставрації культурних пам'яток;

- розробленням механізмів надання туристичних об'єктів та природних ресурсів у довготривалу оренду за умов

капітальної реставрації, належного утримання пам'яток архітектури, відкритого доступу до них, забезпечення умов дотримання екологічної безпеки;

- звільненням від сплати податку на прибуток новозбудованих та модернізованих підприємств туристично-рекреаційної сфери у гірських районах (санаторно-курортні заклади, інші заклади колективного розміщення, бювети, грязелікарні, відпочинкові комплекси, які надають послуги проживання та харчування для туристичних груп) терміном на 10 років (із внесенням відповідних змін до Податкового кодексу України);

- активною присутністю суб'єктів туристично-рекреаційного бізнесу у проектах транскордонного співробітництва, зокрема, у грантовій Програмі транскордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства «Польща-Білорусь-Україна 2014-2020».

Література:

1. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2017.pdf

2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. №168-р [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>

Левченко О.М.

д.е.н., професор, проректор
Центральноукраїнського національного
технічного університету, м. Кропивницький,
голова Кіровоградського обласного правління
Спілки економістів України

Малаховський Ю.В.

к.е.н., доцент, заступник голови
Кіровоградського обласного правління
Спілки економістів України

Жовновач Р.І.

д.е.н., професор
Центральноукраїнський національний
технічний університет, м. Кропивницький

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО
ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ МАКРОРАХІВНИЦТВА У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Система національних рахунків (СНР) призначена для макроаналізу стану ринкової економіки та процесів, що в ній відбуваються. Практика використання цього інструменту аналізу відбувається в атмосфері креативного «зняття» протиріччя між потребою конкретизувати інформацію щодо окремих сторін продуктивної діяльності в макроекономічних масштабах, яка потребує проведення деталізованих мезо(суб)розрахунків, та необхідністю досягнення високого рівня узагальнень показників галузевої кон'юнктури в національних рамках, що повинно забезпечити агрегацію показників та інтегрування комплексної системи статистичної інформації до складу таблиці міжгалузевого балансу типу «Затрати-випуск».

Принагідно розроблені Статистичним відділом Організації Об'єднаних націй (ООН), Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО), Статистичним бюро

Європейських співтовариств (Євростат), Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) Міжнародні рекомендації зі статистики туризму (МРСТ) [1] призначені для детального аналізу всіх аспектів попиту на товари та послуги, що пов'язані з діяльністю відвідувачів [2], дослідженням його (попиту) зв'язку з формуванням пропозиції товарів та послуг в рамках національної економіки [3], встановлення залежності між пропозицією та іншими видами економічної діяльності [4]. Допоміжні рахунки туризму мають тривалу історію становлення, яка розпочинається з розробки у 1973 р. рекомендацій зі статистики туризму ЮНВТО. Сьогодні чинною є редакція МРСТ 2008 р., що у найбільш повній мірі враховує базові концепції та визначення, які стосуються статусу відвідувача, туриста або екскурсанта [1, пункт 2.13]; форм туризму [1, пункти 2.39 і 2.40]; цілей туристичних поїздок [1, пункт 3.17]; концепції туристичних витрат [1, пункт 4.2]; їх окремих категорій, що відносяться до різних форм туризму [1, пункти 4.15 і 4.20]; систем класифікації для аналізу туризму. Рекомендації закладають методологічні основи розробки національних систем туристичної статистики, при цьому повинна забезпечуватись надійність джерел даних, регулярність їх збирання, порівнянність, внутрішня послідовність та визнання на міжнародному рівні.

Повний сателітний рахунок туризму (СРТ) України носить переважно описовий характер, не містить оцінок непрямого або безпосереднього впливу туристичного споживання на економічну систему в цілому, у випадку необхідності здійснення комплексного аналізу галузі вимагає побудови моделей «витрати-результати» або загальної рівноваги, але при цьому забезпечує:

- макроагрегування показників масштабу і економічного значення функціонування безпосередньо туризму (БТ) в

національних масштабах до рівня валової доданої вартості (ВДВБТ) і валового внутрішнього продукту (ВВПБТ);

- деталізування (у похідних таблицях ресурсів та використання) даних про споживання туристами послуг, а також про забезпечення рівня їх споживання вітчизняною пропозицією та імпортом у поточних та постійних цінах;

- детальні рахунки виробництва галузей туризму, в т. ч. відомості про зайнятість, зв'язки з іншими видами виробничої діяльності, процесом валового нагромадження основного капіталу;

- зв'язки між економічними даними та невідомою інформацією про кількість поїздок, тривалість перебування, мету подорожування, види туристичного транспорту тощо.

Особливістю туризму є унікальність положення відвідувача, що, на відміну від інших категорій споживачів, діяльність яких відображається у СНР країни постійного проживання, визначається тимчасовим (не більше одного року) характером перебування у цьому статусі, метою, що не пов'язується з працевлаштуванням на розташованому у місці відвідування (на постійній основі) підприємстві.

В межах реалізації макроекономічного підходу статистичного оцінювання туристичної діяльності, що базується на попиті, проводиться вимірювання економічного ефекту від діяльності подорожуючих осіб в місцях відвідування. Вимірювання витрат подорожуючих осіб, які переміщуються з однієї країни до іншої за межами країни постійного проживання, знаходить своє відображення в категорії «подорожі» в рамках платіжного балансу [5]. На відміну від подорожуючих, туристична діяльність здійснюється відвідувачами у процесі підготовки до поїздки, а також безпосередньо у ході її здійснення. Окрім характерних для туризму видів діяльності (огляд ландшафтів, пам'яток, прийняття сонячних ван, відвідування цікавих місць), одним з його елементів можуть виступати поїздки з

метою підприємництва, отримання освіти, професійної підготовки, якщо вони відповідають наведеному вище обмеженню. Економічний статус «відвідувача» передбачає тимчасову витратну діяльність особи протягом періоду перебування в місцях відвідування (за межами середовища перебування у звичайному житті) в контексті конкретної поїздки, а також пов'язані витрати інших осіб в їх інтересах. В залежності від головної мети, конкретні поїздки можуть переслідувати особисті цілі відвідувача (відпочинок, дозволя, рекреація; відвідування знайомих або родичів; навчання та професійна підготовка; охорона здоров'я і лікування; релігія/паломництво; здійснення покупок; транзит; інші цілі); його ділові та професійні цілі. Основоположний елемент у визначенні туризму – звичайне середовище проживання – слід відрізнити від країни постійного проживання [5] і місця постійного проживання у країні [6]. Після завершення поїздки статус відвідувача втрачається.

Туристичні витрати – сума грошових коштів відвідувачів, інші витрати, оплачені/відшкодовані іншими особами, що витрачаються з метою придбання споживчих товарів/послуг, цінностей для особистого споживання або використання у якості подарунку до/після туристичної поїздки. У доповнення до цього, туристичні витрати також враховують грошові витрати:

- на товари та послуги споживчого характеру, що здійснюються безпосередньо роботодавцями за працівників, що перебувають в діловій поїздки;

- відвідувачів, що компенсуються третьою стороною – роботодавцями (фінансові корпорації (ФК), органи державного управління (ОДУ), некомерційні організації, що обслуговують домашня господарства (НКОДГ)); іншим домогосподарством або в рамках системи соціального страхування;

- відвідувачів, що здійснюються з метою отримання індивідуальних послуг, які надаються та субсидуються ОДУ, НКОДГ у сфері освіти, медицини, музейної справи, виконавського мистецтва тощо;

- готівкові витрати на послуги, що оплачуються, переважно, роботодавцями, і надаються працівникам та їх сім'ям під час туристичних поїздок (субсидування транспорту, проживання/перебування в резиденціях роботодавців, які використовуються з метою відпочинку) або інші послуги;

- додаткові платежі, що здійснені відвідувачами для відвідування спортивних або будь-яких інших культурних заходів за запрошенням і, головним чином, за рахунок продюсерів (ФК, ОДУ, НКОДГ).

Більш широка категорія «туристичне споживання», що формально визначається аналогічно до категорії «туристичні витрати», окрім перелічених статей грошових операцій, повинна включати до свого складу послуги, які пов'язуються з проживанням протягом відпочинку власним коштом, туристичні соціальні трансферти у натуральній формі та інші форми умовного споживання. Оцінювання такого різновиду операцій здійснюється на підставі джерел інформації про обмін житлом, оцінювання розмірів орендної плати у випадку використання будинків для відпочинку, розрахування показників вартості непрямих послуг з фінансового посередництва (ПФП) [7, пп. 6.163-6.169]. Витрати на споживання, що визначається непрямим чином, інші коригування, повинні включати до свого переліку:

- умовно розраховану величину бартерних операцій (для прикладу, тимчасовий обмін житлом з метою відпочинку);

- умовно розраховану величину товарів (овочі, фрукти, дичина, риба тощо), які виготовлені власним коштом в будинках для відпочинку або у результаті діяльності

протягом відпочинку (садівництво, охота, риболовля тощо) за межами звичайного середовища;

- вартість послуг (ринкових, а також для індивідуального кінцевого споживання), які безпосередньо пов'язані з проживанням протягом відпочинку за власний рахунок (вторинне житло для відпочинку, інші форми нетрадиційного володіння будинками для відпочинку);

- вартість ПФП, що включаються до виплачуваної відвідувачами відсоткової ставки в рамках здійснених ними туристичних витрат;

- чисту суму витрат приймаючої сторони з врахуванням збільшення витрат на харчування, сплату комунальних послуг, оформлення запрошень, придбання подарунків тощо;

- витрати виробників (ФК, ОДУ, НКОДГ), пов'язані з витратами працівників для здійснення ділових поїздок, які не передбачають сплати грошових коштів працівникам (безкоштовний/субсидований транспорт, безкоштовне/субсидоване забезпечення проживання/харчування своїх працівників);

- чисту (витрати без грошових виплат співробітникам) суму витрат виробників з надання додаткових послуг своїм працівникам (їхнім сім'ям) як відвідувачам (понад витрати, що вже включено до туристичних видатків), в тому числі безкоштовний/субсидований транспорт, проживання в центрах відпочинку;

- частину витрат ОДУ з надання неринкових послуг для індивідуального споживання у сфері освіти, соціального забезпечення, охорони здоров'я, музейної діяльності, рекреаційних послуг, котрі розглядаються у якості пільгових з точки зору інтересів відвідувачів і характеризуються у якості соціальних трансфертів в натуральній формі [7, пп. 8.141-8.145].

Особливостями розрахунку обсягів туристичного споживання, на відміну від однойменних витрат, є: вихід за рамки грошових операцій (бартер, операції за власний рахунок, оплата в натуральній формі та інші натуральні трансферти, соціальні трансферти в натуральній формі); необхідність врахування частини вартості проміжного споживання (ВПС) виробників туристичних послуг; виключення покупок з метою здійснення неорганізованої зовнішньої («човникової») торгівлі; включення до складу вартості придбання товарів, які мають певну цінність, без врахування їхньої вартості, що не відносяться до категорії споживчих товарів, з однієї сторони, виключення витрат, які не пов'язані з придбанням товарів/послуг (трансфертні платежі, податки (за виключенням тих, що входять до ціни купівлі), банківський відсоток), з іншої сторони; виключення з рахунків туристичного споживання витрат на придбання та капітальний ремонт будинків для відпочинку, на які розповсюджуються нові форми власності (timeshare[8], share-downership, fractional propertyownership, equityownership, co-onwnership [9]), пов'язані з цим особливості розрахування елементів валового нагромадження основного капіталу у сфері туризму; реалізація підходу до оцінювання туристичного споживання як такого, що відбувається у випадку передавання прав власності на товари або при наданні послуг, що може не співпадати у часі з моментом здійснення платежу (варіанти авансових платежів та використання у подальшому кредитних карт, запозичень тощо); включення до категорії туристичних витрат і споживання коштів, які витрачаються як у ході підготування до поїздок так і протягом часу їх здійснення.

Прикладна цінність концепції туристичного споживання особливо виразно проявляється у ході визначення обсягів ВДВБТ та ВВП.

До проблем, що обтяжують повсюдне і широке використання концепції попиту, відносяться перешкоди на шляху визначення обсягів: туристичного споживання у якості проміжного споживання виробників у зв'язку з тим, що воно не завжди виступає частиною кінцевого споживання домогосподарств відповідних фізичних осіб; послуг домашніх господарств для власного споживання понад обсяг, що надається оплачуваною домашньою прислугою; послуг, які надаються власниками будинків для відпочинку з врахуванням основного та допоміжного житла; туристичних односторонніх споживчих товарів тривалого використання двох видів – таких, які використовуються в межах підготовки до поїздок та їхнього здійснення, а також таких, які використовуються не лише для туризму (сумки, чемодани, туристичне спорядження, житлові автофургони), але і в звичайному середовищі (автомобілі, фотоапарати тощо).

Валове нагромадження основного капіталу (ВНОК), яке визначається через встановлення загальної вартості основних фондів (за вирахуванням реалізованих) у звітному періоді, плюс деяке збільшення вартості невиробничих активів, що відбулося внаслідок виробничої діяльності інституційних одиниць, а також аналіз обсягів і потоків фізичних інвестицій у сфері туризму, пов'язується з трьома основними категоріями: специфічними туристичними основними фондами, які складно трансформувати для використання в якому-небудь іншому секторі економіки; інвестиціями підприємств туристичної сфери, які не відносяться до категорії специфічних туристичних; пов'язана з туризмом специфічна інфраструктура, яка створюється ОДУ з метою сприяння розвитку туризму. ВНОК в секторі туризму в межах аналізованої економіки відноситься до вироблених основних фондів, які експлуатуються місцевими виробниками, і не враховує рухомі фонди, які експлуатуються в рамках конкретної економічної території

нерезидентами (крім будинків для відпочинку) (літаки, поїзди, пороми, круїзні судна, автобуси тощо).

Вимагає проведення спеціальних обчислень визначення обсягів витрат ОДУ на колективне споживання, які у подальшому не перерозподіляються споживачами і обліковуються як фактичне кінцеве споживання ОДУ в рамках СНР. Колективні неринкові послуги, які носять назву колективного туристичного споживання, можуть містити державні витрати в інтересах як споживачів, так і виробників, а також витрати лише в інтересах виробників.

В межах реалізації макроекономічного підходу, що базується на пропозиції, реалізуються підходи щодо ідентифікації продуктів (типових туристичних, інших та неспоживчих товарів) (рис. 1), характерних для сектора напрямів діяльності (галузей туризму) (рис. 2) з використанням прийнятих на міжнародному рівні класифікацій товарів [10] та видів виробничої діяльності [11].



Джерело: [12]

Рис. 1. Класифікація продуктів для сектору туризму

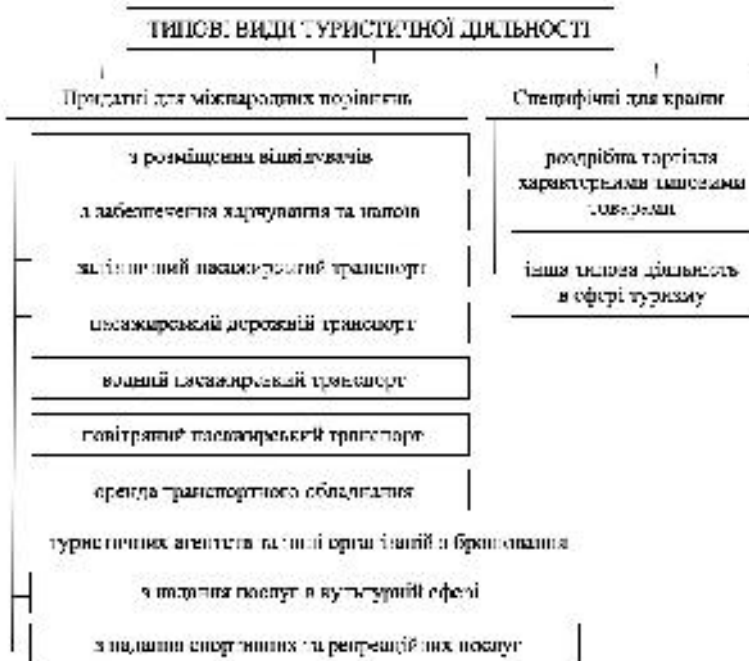
національної економіки

Спеціальними питаннями, що вимагають деталізації та здійснення додаткових розрахункових процедур, є:

- визначення повної собівартості житлових послуг, а також послуг «timeshare» та інших інноваційних форм власності стосовно будинків для відпочинку;

- облік, незалежно від способу отримання доходів (націнки, збори, комісійні), вартості послуг з бронювання, які надаються туристичними агентствами, туроператорами та іншими постачальниками;

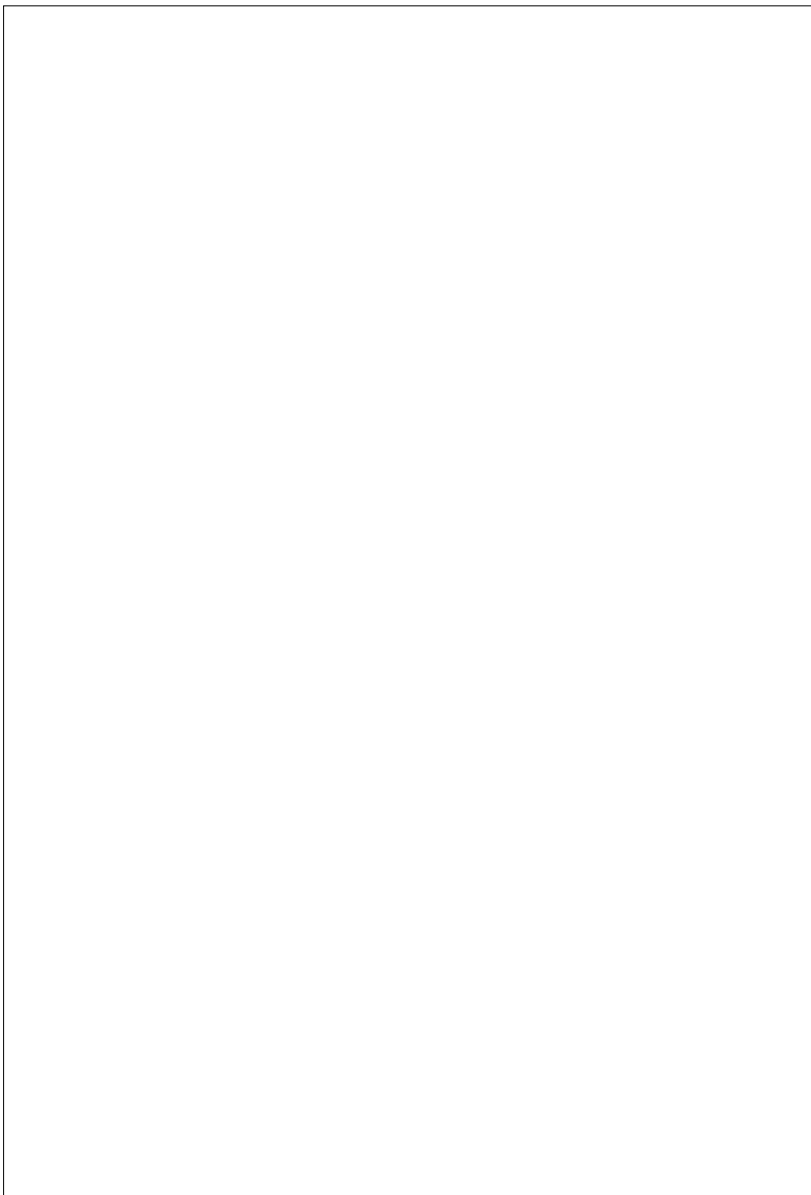
- розроблення методів кількісного оцінювання послуг індустрії конференційного обслуговування.



Джерело: [12]

Рис. 2. Класифікація типових для туризму видів діяльності

Формування показників СРТ передбачає складання 10 таблиць, систему зв'язків між якими представлено на рис. 3.



Таблиці 1-7 різняться між собою ступенем деталізації переліку продуктів, які не відносяться до категорії споживчих; в таблицях 5-6 загальний обсяг ВПС рекомендується розбивати на 10 підкатегорій згідно класифікації КВЕД: (0) продукти галузі А; (1) руди і мінерали, продукти галузі D; (2) продукти харчування, напої і тютюн, текстильні товари, предмети одягу і шкіряні вироби; (3) інші придатні для транспортування товари, крім (4); (4) вироби з металу, машини та обладнання; (5) продукти галузі F; (6) продукти галузей G, H, I; (7) послуги галузей K, L; (8) послуги галузі N; (9) суспільні, соціальні та персональні послуги (O, P, Q, R, S, T, U) [13].

Основними агрегованими показниками, на підставі яких формується уявлення про значимість туризму в економіці країни (табл. 1), є: споживання, а також витрати основних категорій відвідувачів на споживчі продукти, а також вироби, які мають певну цінність, що стосуються туризму всередині держави (за виключенням витрат з бронювання місць); ВДВГТ; ВДВБТ; ВВПБТ.

Повний перелік перемінних, які характеризують галузі туризму в рамках концепції пропозиції товарів та послуг, включає до свого складу:

- ВДВ – вартість кінцевої продукції за вирахуванням ВПС, показник, який характеризує виробничий процес у цілому (комбінацію всіх, а не конкретних, витрат, засобів виробництва, праці та технологій з метою отримання кінцевих продуктів), розмір доходу, який сформувався в процесі оплати і використання факторів виробництва;

- чисту додану вартість (ЧДВ) – ВДВ за вирахуванням споживання основного капіталу (СОК);

- ВДВГТ – суму показників ВДВ всіх галузей туризму;

- ВДВБТ – показник зв'язку між попитом (туристичним споживанням), а також пропозицією зі сторони національних виробників;

- зайнятість – перемінну величину, яка передбачає облік кількості робочих місць, загальної кількості відпрацьованих робочих годин, робочих місць в еквіваленті повної зайнятості (ЕПЗ), у т. ч. за гендерною ознакою (табл. 7);

- ВНОКГТ – величина, яка враховує процес ВНОК галузями туризму в межах створення специфічних для сектора туризму активів, а також у формі інвестиції галузей туризму в інші виробничі активи специфічних нетуристичних продуктів, які не розглядаються у якості типових для туризму (табл. 8);

- колективне туристичне споживання(КТС) з визначенням витрат з надання неринкових послуг [10] за рівнями ОДУ (національний, субнаціональний (регіональний), адміністративно-територіальних формувань (місцевий)) (табл. 9);

- загальний обсяг попиту, що стосується туризму всередині країни, показник «заснованого на витратах кількісного оцінювання величини ВВПБТ» – сума споживання, що стосується туризму всередині держави, ВНОКГТ, КТС.

Тобто, застосовуваний у практиці діяльності статистичних органів табличний опис функціонування галузей туризму (табл. 1-7 рис. 3), в цілому, забезпечує узагальнене відображення того, з яких продуктів складається кінцева продукція, які продукти входять до складу вихідних ресурсів, як саме проводиться плата за використовувані виробничі фактори, тим самим дозволяє уникнути дублювання при порівнянні та агрегуванні окремих видів діяльності.



Здійснити аналітичні порівняння динаміки формування окремих агрегованих показників розвитку туристичної галузі та її сукупного внеску у формування ВВП на різних рівнях узагальнення (глобальна економіка, макрорегіон, національна економіка) дозволяють дані, які наводяться у таблиці 2.

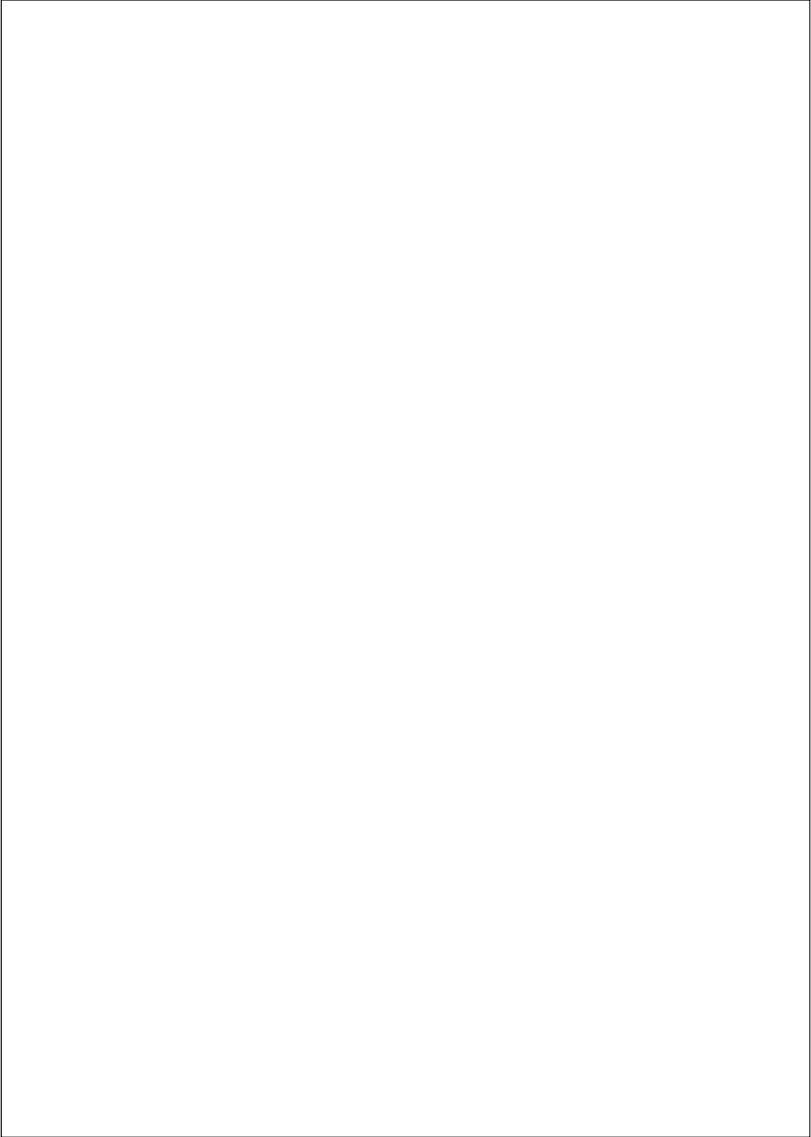
Для прикладу, особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні у 2016 р. полягають у набагато вищому, ніж у середньому для ЄС, питомому внеску до сукупного ВВП в'їзного туризму (30,2% проти 24,9%), підвищеному рівні внутрішніх витрат (88,6% проти 80,6%), одночасно, відносно нижчій питомій вазі прямого доробку у сукупному внеску індустрії до ВВП (27,1% проти 36,3%).

У ході розрахунку прямого, непрямого та пов'язаного внеску індустрії подорожей та туризму (ІПТ) враховується ланцюг зв'язків (рис. 4).



Джерело: [12]

Рис. 4 . Прямий, непрямий, індукований та сукупний внесок ІПТ



Реальний розрахунок обсягів ВНОК у секторі туризму галузей туризму та інших галузей (табл. 8 СРТ) здійснюється у розрізі специфічних туристичних основних активів (у складі 5 підкатегорій – розміщення відвідувачів; інші нежилі приміщення та споруди, що відносяться до галузей туризму; обладнання для пасажирського транспорту, що використовується у туристичних цілях; інші машини та обладнання, які спеціально призначені для виробництва типових туристичних продуктів; благоустрій земель, які використовуються з метою туризму), а також інвестицій галузей туризму в інші вироблені активи специфічних нетуристичних продуктів.

Одночасно, галузева картина ВНОК у сфері туристичної діяльності України є неповною, адже містить лише у формі пункту меморандумдані про операції з нефінансовими невиробленими активами (наприклад, земля), а також нематеріальними невиробленими активами (для прикладу, права на землю, права на використання торговельних марок тощо).

На етапі розрахунку ВНОК проблема встановлення його величини виходить за межі галузевої і постає елементом визначення сукупного національного багатства країни. Її успішне вирішення вбачається у розробці та практичній реалізації чіткої послідовності складання балансу активів і пасивів (БАП) національної економіки. Це видається можливим у випадку дотримання загальних принципів вартісного оцінювання для нефінансових та фінансових активів: БАП повинен погоджуватись з рахунками нагромадження СНР (СРР), для чого оцінювання активів та пасивів повинно бути проведено за набором цін, що відносяться до їх конкретних різновидів, бути поточними на дату складання балансу; найбільш придатним для здійснення адекватної оцінки джерелом спостереження за цінами є дані фондової біржі, де кожний актив функціонує у якості

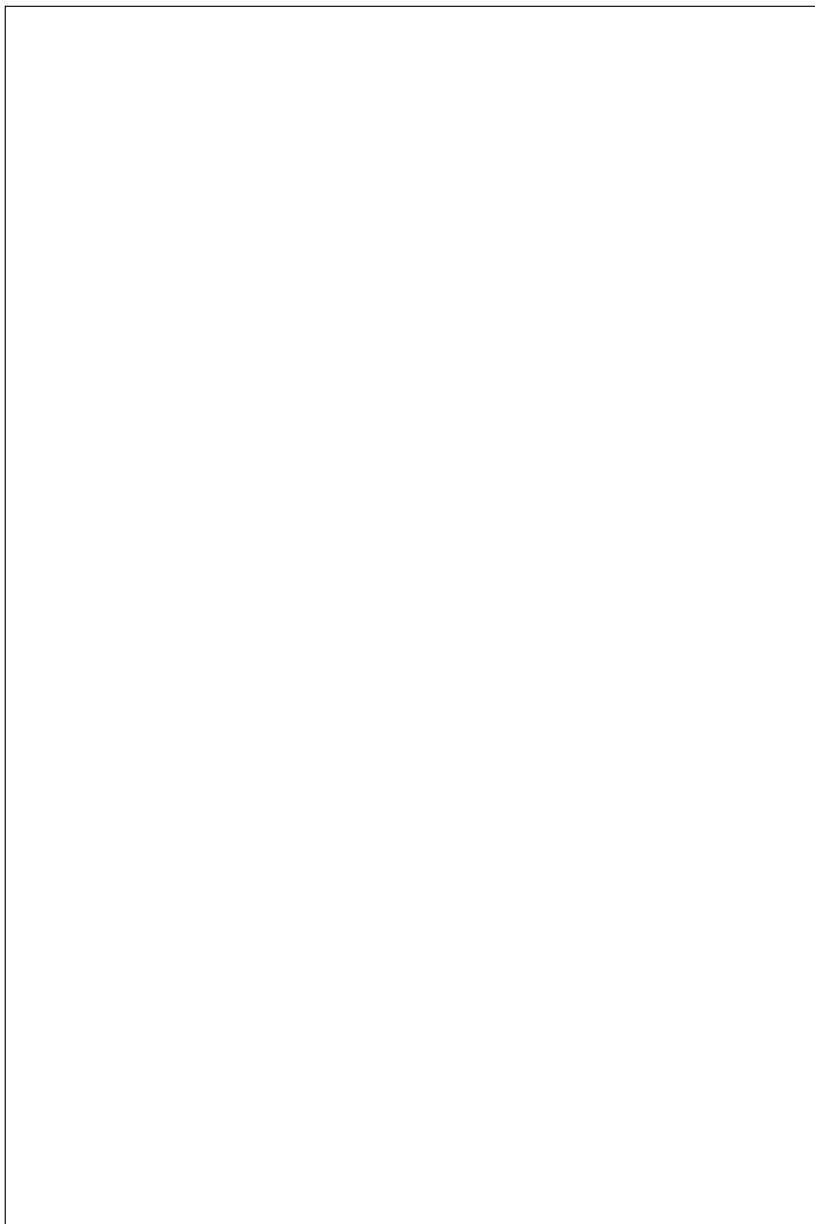
повністю однорідного, продається часто, у значному обсязі, а ринкова ціна включається до лістингу через регулярні проміжки часу; ще одним прийнятним методом визначення вартості є встановлення теперішньої (дисконтованої) вартості майбутньої економічної вигоди, що очікуються від даного активу (ліси, корисні копалини).

Взагалі, ННА – активи, що створені поза процесу виробництва, тобто шляхом юридичних або облікових дій. У ідеальному варіанті, найбільш повною формою представлення вартісної оцінки ННА з розподілом їх між інституційними секторами, мав би бути рахунок операцій з капіталом [7], що балансується з нульовим підсумком на рівні розрахунку показника чистого кредитування/ чистого запозичення.

За чинною версією СНР, відображення у ній отримують три різноманітних типи ННА: природні ресурси; контракти, договори оренди та ліцензії; гудвіл та маркетингові активи. Особливості проведення оцінювання перелічених типів ННА наведено в таблиці 3. Зауважимо, що лише ті природні ресурси, які належать інституційним одиницям (ІО) або їх групам, у відношенні яких може бути встановлено права власності і забезпечено їх дотримання, класифікуються як економічні активи і відображаються в БАП.

При цьому, природні активи повинні забезпечувати вигоди своїм власникам з врахуванням технології, наукових знань, економічної інфраструктури, наявних ресурсів та відповідних цін на дату складання балансу. Природні активи у формі біоматерії є відновлюваними. Якщо відновлення ресурсів відбувається під контролем, відповідальністю або управлінням ІО, вони розглядаються як культивовані, а діяльність відображається в межах границь сфери виробництва в СНР. Зростання біоматерії в дикій природі, або нарощення некультивованої рослинності не розглядається в рамках вироблених активів. Якщо ж

аналогічний процес відбувається на підконтрольній території, приносить вигоду його власнику, то він розглядається у якості економічного активу.



Витрати колективного туристичного споживання, тобто ОДУ на виробництво колективних неринкових послуг(таблиця 9 СРТ), включають до свого складу видатки з надання послуг за чотирма основними підкласами КВЕД: (а) рекламних у сфері туризму; (б) інформаційних для відвідувачів; (с) державних адміністративних, які відносяться до роздрібно́ї та оптової торгівлі, системи підприємств громадського харчування, готелів та ресторанів; (d) державних адміністративних, які відносяться до справ у сфері туризму.

Частково до цієї категорії витрат також відносяться бюджетні видатки: з дослідження ринку та опитування громадської думки; на організацію діяльності органів поліції та протипожежної служби; інші у сфері освіти та професійної підготовки, які не включено до інших категорій; допоміжні у сфері освіти.

Окремо (таблиця 10 СРТ) визначаються негрошові кількісні показники: поїздок і проведених ночей з виділенням видів туризму та категорій відвідувачів; прибуттів та проведених ночей з виділенням видів транспорту для в'їзних туристів; закладів та можливостей з розміщення з виділенням його окремих форм; закладів у галузях туризму, що відрізняються за кількістю робочих місць.

Підводячи підсумки викладеного, зазначимо, що безумовним фактом є наростання ступеня впливу туристичної сфери на розвиток економіки всіх рівнів господарювання. Для більш чіткого уявлення про динаміку зростання та пропорції між окремими агрегованими показниками, з метою запровадження методів ефективного регулювання галузю (особливо, на національному та субнаціональному рівнях), необхідним є подальший розвиток інструментальних методів визначення величини прямого, непрямого та опосередкованого впливу в контексті

універсального аналізу витрат та результатів туристичної діяльності.

Так, при встановленні прямого, «безпосереднього», впливу споживання на випуск продукції та валової доданої вартості в галузях туризму за використання чинних методологічних підходів, поза увагою залишаються важливі величини (зафарбовані сектори на рис. 5).

Базисні агрегати, які характеризують пропозицію у секторі туризму		Позитивний вплив	
		доданої вартості	ВВП
		власні експортні послуги туризму	Додатковий дохід
Валова додана вартість, чиста продукція	у галузях туризму	для споживачів	
	як експортні послуги, які не відносяться до туризму	для споживачів	
		для експортерів	
Позитивний вплив, пов'язаний з експортом, який здійснюється у області споживання, що відносяться до туризму експортних послуг, чиста продукція			

(джерело: [12])

Рис. 5. Напрями розроблення методик обчислення прямого внеску агрегованих показників пропозиції у секторі туризму

У випадку ідентифікації ланцюга ефектів непрямого внеску туристичного споживання у розвиток економіки слід враховувати ту обставину, що первісні витрати відвідувачів породжують обмежений у часі цикл підвищеного попиту на товари та послуги, що є необхідними для задоволення сформованих потреб.

Позитивний непрямий вплив підвищення попиту на проміжні продукти або засоби виробництва, які мають вироблятися або імпортуватися, зберігається до тих пір, поки не вичерпає себе внаслідок прямих і непрямих витоків. Витоки фіксуються у тому випадку, коли частина підвищеного туристичного попиту, а також обумовленого ним доходу, що виникають у результаті понесених відвідувачами витрат, привласнюється іншими країнами у процесі прямого постачання товарів та послуг (прямі витоки

внаслідок першого циклу імпорту, який орієнтовано на пряме споживання відвідувачів); спостерігається розподіл/перерозподіл первинних доходів (непрямі витоки внаслідок другого циклу імпорту забезпечуючих виробництво ресурсів та виробничих основних фондів); наступних циклів підтримуючого імпорту ресурсів та фондів, які забезпечують експлуатацію раніше завезених засобів та предметів праці.

Ланцюг непрямого впливу туристичного споживання на інші галузі формується під впливом технологічних зв'язків між ними і призводить до формування додаткової доданої вартості, зайнятості, оплати праці найманих працівників, податків, доходів тощо [20].

Опосередкований внесок додаткового попиту відвідувачів спостерігається у випадку зростання споживання різноманітних товарів та послуг домашніми господарствами.

З метою оцінювання непрямого та опосередкованого впливу туризму на економічний розвиток може бути використано цілий набір інструментів.

Моделі, що засновані на аналізі витрат та результатів, забезпечують можливість відобразити кількісні зв'язки між виробленою продукцією (з виділенням продуктів/видів діяльності), обчисленою в базових цінах, та проміжним споживанням (з виділенням продуктів/видів діяльності), в номінальних цінах покупців, у вигляді технологічних коефіцієнтів. Матриця таких коефіцієнтів витрат i -го ресурсу на виробництво j -ї одиниці продукції галузі, хоча і слугує основою для формування математичної моделі технологічного устрою туристичної діяльності [21], передбачає потребу її коригування з врахування цілого ряду суттєвих припущень. Крім того, її використання потребує максимальної деталізації СНР, виділення для кожного стільника імпортованого компоненту, а також внутрішнього

туристичного споживання (загального внутрішнього попиту в секторі туризму). Це стосується також показника ВНОК.

Складні мультиітеративні обчислювані оптимізаційні моделі загальної рівноваги в умовах коливання цін потребують для своєї побудови підготовки спеціально пристосованих даних, пояснення використовуваних припущень та відрізняються своєрідною структурою. Для проведення міжнародних порівнянь їх використання видається проблематичним, адже залучені для побудови дані не є стандартизованими. При цьому моделі можуть мати форму довільного типу і бути нелінійними.

Наближене оцінювання залежності доданої вартості, зайнятості, рівня державних доходів від первісних туристичних витрат може бути здійснено на основі використання коефіцієнтів-мультиплікаторів. Система таких коефіцієнтів дозволяє перетворити показники обсягу туристичного споживання (сукупного або з виділенням окремих продуктів) в показники непрямого або опосередкованого впливу. Суттєвою пересторогою на шляху використання таких мультиплікаторів є спрощений характер їх агрегування, недостатній ступінь врахування специфіки туризму в конкретній країні, часте запозичення із зовнішніх джерел.

З метою територіального локалізування обрахунків туристської діяльності на субнаціональному рівні в Україні може бути реалізовано як міжрегіональний («зверху донизу») підхід, побудований на основі районування СРТ [22; 23], так і «строго» регіональний («знизу доверху») підхід, який в установленому, хоча і спрощеному у порівнянні з СНР, порядку відображатиме особливості організування галузевої діяльності з врахуванням специфічних ситуацій та відмінностей конкретних територій [24].

Окремі рекомендації та міркування щодо можливостей поліпшення рахівництва у сфері обчислення сукупного

внеску ПІТ до ВВП та зайнятості, обчислення ВНОК, врахування при цьому даних про операції з нефінансовими невіробленими активами (ННА), а також нематеріальними невіробленими активами (НМНА), містяться у Допоміжному рахунку [12], ESA-2010 [24], публікаціях відомих дослідників [25], наших попередніх персональних та інспірованих публікаціях [26-28].

Література:

1. Организация Объединённых наций. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Методологические исследования. Серия М №83/ Rev. 1. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год, Мадрид и Нью-Йорк, 2010 год [Електронна версія] URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1r.pdf.
2. World Tourism Organization. General Guidelines for Developing the Tourism Satellite Account (TSA), Madrid, 2000 Volume 1: Measuring total tourism demand.[Електронна версія] URL: <http://www.e-unw-to.org/doi/pdf/10.18111/9789284403882>.
3. World Tourism Organization. General Guidelines for Developing the Tourism Satellite Account (TSA), Madrid, 2000 Volume 2: Measuring Tourism Supply [Електронна версія] URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403837>.
4. World Tourism Organization. General Guidelines for Developing the Tourism Satellite Account (TSA) Measuring the economic importance of the meetings industry: developing a Tourism Satellite Account extension, Madrid, 2006. [Електронна версія] URL: https://www.icca-world.org/cnt/docs/UNWTO_Complete%20Stats%20Report.pdf.
5. Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции. Шестое издание (РПБ 6). – Вашингтон: округ Колумбия: Международный Валютный фонд, 2012 [Електронна версія] URL: [pubs/ft/bop/2007/ bopman6r.pdf](https://pubs/ft/bop/2007/bopman6r.pdf).
6. UN Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. Statistical papers. Series M No. 67/ Rev. 2. Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses. Revision 2[Електронна версія] URL: [https:// unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_67rev2e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_67rev2e.pdf).

7. СНС2008. Нью-Йорк, 2012[Електронна версія] URL: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008Russian.pdf>.

8. Зарубежная недвижимость: Купля-продажа, аренда, передача по наследству и другие аспекты владения / Под ред. Кристиана Келина; Пер. с нем. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 811 с.

9. Davis, John Emmeus (2006), Shared Equity Homeownership: The Changing Landscape of Resale-Restricted, Owner-Occupied Housing, National Housing Institute [Електронна версія] URL: www.burlingtonassociates.com/files/6413/4463/0462/3-SharedEquityHomeownership.pdf.

10. Организация Объединённых наций. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Статистические документы. Серия М №77/ Версия 1.1. Классификации основных продуктов (СРС, Версия 1.1) – ООН, Нью-Йорк, 2005 год[Електронна версія] URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_77ver1_1r.pdf.

11. Организация Объединённых наций. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Статистические документы. Серия М №4/ Rev. 3.1. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК). Пересмотренный вариант 3.1 – ООН: Нью-Йорк, 2005 год [Електронна версія] URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_4rev3_1r.pdf.

12. Организация Объединённых наций. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Методологические исследования. Серия F №80/ Rev. 1. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год. – Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2010 год [Електронна версія] URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1r.pdf.

13. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. Національний класифікатор України. Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009: 2010[Електронна версія] URL: <http://sfs.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/pereliki-/128651.html>.

14. World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism economic impact 2017 World [Електронна версія] URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>.

15. WTTC. T&T economic impact 2017 European Union LCU [Електронна версія] URL:<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/europeanunionlcu2017.pdf>.
16. WTTC. T&T economic impact 2017 United Kingdom [Електронна версія] URL:<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/unitedkingdom2017.pdf>.
17. WTTC. T&T economic impact 2017 Ukraine [Електронна версія] URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/ukraine2017.pdf>.
18. Monetary and Financial Statistics Manual [Електронна версія] URL: Sixth Edition of the IMF's Balance of Payments and International Investment Position Manual [Електронна версія] URL:<http://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/bopman6.htm>.
19. Шапиро Дж. Моделирование цепи поставок / Дж. Шапиро // пер. с англ. под. ред. В. С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2006. – 720 с.: ил.
20. Flegg Anthony T. Estimating regional input coefficients and multipliers: The use of the FLQ is not a gamble/ Flegg Anthony T., Tohmo Timo // Economic working paper series, 1302 [Електронна версія] – URL: <http://www2.uwe.ac.uk/faculties/BBS/BUS/Research/Economics13/1302.pdf>.
21. Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. Studies in Methods. SeriesM No.83/Rev.1. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронна версія] – URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_83rev1e.pdf.
22. Eurostat. Manuals and guidelines. Methodological manual for tourism statistics. Version 3.1. 2014 edition [Електронна версія] URL:<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6454997/KS-GQ-14-013-EN-N.pdf/166605aa-c990-40c4-b9f7-59c297154277>.
23. European system of accounts. ESA 2010. Eurostat. European commission [Електронна версія] URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5925693/KS-02-13-269-EN-.PDF>.
24. Пасхавер Б.И. Аграрный сегмент национального богатства / Б.И. Пасхавер // Экономика Украины. – 2013. – №12 (617). – С.50-58.
25. Малаховський Ю.В. Управління інституційними елементами національного багатства України / Ю.В. Малаховський // Логістика в контексті євроінтеграційної стратегії України: зб. наук. праць Донецького державного університету управління. Донецьк, 2012. – т.13, вип. 242, серія «Економіка». – С.144-159.

26. Хайдура Х.М. Методичні засади вимірювання внеску інноваційно-активного університету в сучасну економіку / Х. М. Хайдура // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Запоріжжя, 2017. – №2-1(08)[Електронна версія] URL:http://e-visnyk.zdi-a.zp.ua/journals/2-08-2017_1/15.pdf.

27. Хайдура Х.М. Методичні засади квантифікації внеску сучасного університету в економіку знань (досвід міжнародних порівнянь) / Х.М. Хайдура // Проблеми системного підходу в економіці. Київ, 2017. – №2(58). [Електронна версія] URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_58_2017_ukr/9.pdf.

Мехович С.А.

д.э.н., профессор.

Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
член Правления Союза экономистов Украины

МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ В НОВЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Туризм оказывает прямое влияние на развитие социальной сферы и в целом на экономику любой страны. В Украине развитие экономики за счет отраслей социальной сферы или сферы услуг существенно отстает от уровня развитых стран. В развитых странах свыше 70% ВВП производится в отраслях сферы услуг и финансового сектора. Существенную долю поступлений обеспечивает туризм. В странах Европейского Союза поступления от туризма составляют в среднем порядка 10% ВВП. Доля туризма в украинском ВВП составляет около 2%. Бюджеты таких стран, как Турция, Египет и Кипр более чем наполовину пополняются за счет туризма. В ОАЭ туризм рассматривают, как альтернативу нефтяному экспорту, вкладывая в его развитие огромные средства. То же самое можно сказать о таких странах, как Мексика (туризм обеспечивает 33% доходов в структуре национального бюджета), Норвегия, Венесуэла и т.д. Следует подчеркнуть, что все перечисленные страны имеют богатейшие углеводородные ресурсы. На Инвестиционном форуме в Киеве 26 сентября 2017 г. Премьер-министр Украины В. Гройсман заявил, что в Украине необходимо увеличить долю туризма в структуре валового внутреннего продукта. По словам главы правительства на развитие туризма должна идти часть инвестиций, привлекаемых в Украину. Следует отметить, что в рейтинге привлекательности стран для туристов по версии экспертов Всемирного экономического форума в Давосе в

2017 г. Украина заняла 88 место из 136, в вопросе инвестиций в туристический бизнес – 124-е место.

В системе мирового туристского развития особое и значительное место на сегодняшний день отводится молодежному туризму. Молодёжный туризм появился 50 лет назад, однако только в последние десятилетия он начинает быстро развиваться. В 1995 г. Европейский комитет по туризму (ЕТС) определил, что молодёжный туризм составил 23% мирового туризма; к 2008 г. молодёжный туризм составил 20–25% мирового туризма. К этому же времени молодёжь составила 26% численности мирового населения. Во всей системе мирового туризма доля молодежного туризма ежегодно увеличивается на 1,5%. Значительно изменилась и структура возрастного состава туристских потоков. Теперь доля путешествующих лиц до 30 лет занимает более 40% турпотоков. Эти цифры показывают, что молодёжь сегодня участвует в путешествиях не меньше, чем другие части населения, при этом делает это чаще и дольше, чем раньше. Правительства зарубежных стран по-разному относятся к явлению молодёжного туризма. Руководство большинства государств не отличает молодёжный туризм и туризм в целом и оценивает молодёжный туризм как рынок с низким уровнем прибыли. Некоторые правительства усложняют процедуру получения визы молодыми туристами из соображений безопасности. Однако сегодня правительства ряда стран уже осознали важность молодежного туризма в мировом туризме и его рыночный потенциал. Многие из них уже разработали конкретную политику развития молодёжного туризма, использующую различные методы маркетинга для привлечения молодых туристов. Именно этого не хватает в Украине для повышения ее туристической привлекательности. Прежде всего, молодёжный туризм оказывает положительное влияние на местную экономику.

Исследования Всемирной конфедерации путешествий молодых студентов и преподавателей (WYSE Travel Confederation) доказывают, что с 2002 по 2007 г. общие туристические расходы молодёжи увеличились на 39%. Туристические расходы молодёжи увеличиваются быстрее, чем туристические расходы других частей населения (рост составляет 8% в год). Молодые туристы обычно путешествуют дольше и поэтому расходуют больше, чем туристы среднего возраста, хотя их ежедневные расходы скромны. Более того, молодёжный туризм играет важную роль в перераспределении материальных благ в обществе в пользу местного, среднего и бедного населения. Молодые туристы непосредственно приносят доход местным малым предприятиям. Если другие категории туристов проживают в 3–5-звёздных гостиницах, пользуются услугами и продуктами крупных иностранных компаний, то молодые туристы, наоборот, обычно проживают в скромных гостиницах, общежитиях, пользуясь возможностями, предоставляемыми местными малыми предприятиями. Таким образом, молодёжный туризм приносит доходы в первую очередь местным представителям бедного и среднего класса. Молодёжный туризм играет важную роль в создании рабочих мест для этих слоев населения. С другой стороны, молодёжный туризм может, в случае необходимости, служить дополнительным источником рабочей силы. Большинство молодых туристов считает, что туризм приносит пользу их саморазвитию, обогащает их духовный мир, расширяет мировоззрение. Они становятся активнее, самоувереннее, уступчивее. Рыночные преобразования в Украине глубоко отразились на всех сферах жизнедеятельности общества и особенно на уровне и качестве жизни молодёжи.

Высокие социальные издержки переходного периода, обусловленные структурным кризисом в экономике,

пассивной ролью органов власти в реформировании системы управления собственностью и формирование современной модели социально-трудовых отношений в обществе, несовершенной государственной нормативно-правовой базой и нестабильностью налоговой политики, неспособностью социальной сферы адекватно реагировать на изменение потребностей людей, привели к существенному ослаблению жизнеобеспечения общества и замедлению воспроизводственных процессов. Молодежь в возрасте от 14 до 30 лет как одна из социально незащищенных групп в полной мере подвержена воздействию негативных факторов внешней среды. Урбанизация, ограниченные возможности для полноценного развития и реализации своего потенциала, гиподинамия и другие стрессовые ситуации вызывают повышенную потребность у молодёжи в доступных оздоровительных, рекреационных, развлекательных услугах. Решение этой проблемы наряду с духовным оздоровлением нации является одной из стратегических задач, как на общегосударственном, так и на региональном уровнях. В этой связи является актуальной задача разработки адаптивного подхода к организации туристского обслуживания молодежи в Украине. Удовлетворение этих потребностей в условиях осуществления социального контроля должно стать приоритетным со стороны государства и доступным для молодежи.

В мире сложилась целая инфраструктура молодёжного туризма. Определенное развитие она получила и в Украине. Однако современное состояние системы молодёжного туризма не удовлетворяет международным требованиям и требует пристального к себе внимания. К сожалению, для украинской действительности характерно полное игнорирование специфики молодёжного туризма как такового, а также отсутствие всяких попыток властей

построить рациональную и адекватную систему туристского обслуживания молодежи, учитывающую все особенности данного сегмента рынка. Как теория организации молодежного туризма в целом, так и ее различные практические и теоретические аспекты не нашли до сих пор отражения в отечественных и зарубежных исследованиях. Некоторые выводы и результаты этих исследований можно свести к следующему:

- молодежный туризм развивает наиболее динамичный и активный элемент производительных сил страны и потому способствует повышению ее ресурсного потенциала в целом;

- рыночные преобразования привели к существенному ослаблению жизнеобеспечения общества и замедлению воспроизводственных процессов, глубоко отразились на всех сферах жизнедеятельности общества, и особенно на уровне и качестве жизни большинства населения страны, особенно молодежи. Молодежь как одна из социально незащищенных групп в полной мере подвержена воздействию негативных факторов внешней среды. Урбанизация, ограниченные возможности для полноценного развития и реализации своего потенциала, гиподинамия и другие стрессовые ситуации вызывают повышенную потребность у молодёжи в доступных оздоровительных, рекреационных, развлекательных услугах. Решение этой проблемы наряду с духовным оздоровлением нации является одной из стратегических задач;

- формирование организационно-экономических условий молодежного туризма призвано обеспечить нивелирование диспропорций регионального социально-экономического развития, расширить горизонты стратегического планирования развития в условиях неопределенности экономических и социальных перспектив, значительных инновационных изменений, обеспечить адекватное использование туристских ресурсов;

- специфика молодежи как сегмента рынка заключается в том, что молодежь обладает отличительными возможностями. Молодежь от остального населения отличает мобильность и выносливость, стремление к активному отдыху, занятиям спортом и способность выносить большие физические нагрузки, проявление самостоятельности во время поездки;

- основная цель разработки общегосударственной политики развития молодежного туризма – создание регионального конкурентоспособного туристского комплекса, способного удовлетворить потребности молодежи.

Согласно данным совместного исследования, проведенного Конфедерацией молодежного, студенческого и образовательного туризма (World Youth, Student and Educational Travel Confederation, WYSE) и Всемирной туристической организацией (UNWTO), в настоящее время молодежный туризм составляет пятую часть от общего числа путешествий в мире. Основными проблемами для молодежи можно считать дороговизну туристских услуг и туров; визовый режим, т.к. молодежь сразу же попадают в группу риска для консульств стран Шенгенской зоны, США, Великобритании и других стран; невысокий уровень качества туристских услуг, представляемых молодежи; незначительные преференции для молодежи на транспортные билеты (авиа, ж/д и др.); отсутствие единой базы и действующей в масштабах страны модели организации молодежных центров, фестивалей, клубов, школ, конференций, турбаз и лагерей.

Одной из важнейших задач государства является проведение эффективной молодежной социально-экономической политики в стране в области туризма и рекреации. Проблемами развития туризма занимаются различные государственные ведомства и частные компании,

но эта работа никем не координируется, нет единой базы по решению проблем развития туризма среди молодежи, имеется дефицит квалифицированных туристских кадров, маршрутов и технологий, способных качественно удовлетворять спрос молодежи на основе программ внутреннего туризма. Слабо развита материальная база самостоятельного туризма. Специфика молодежного туризма, в первую очередь, заключается в его экономичности: молодые люди готовы экономить на всем, начиная от транспорта и заканчивая местом проживания и уровнем его комфорта. Всё, что их интересует – это новые впечатления, знакомства, получение новых знаний и испытание новых ощущений. Поэтому предлагаемый молодежи туристический продукт должен быть относительно недорогим, но в то же время пропитаным духом авантюризма и приключений. Туризм развивает в человеке сильную духовно и физически личность, патриота своей страны. В таких активных видах туризма как восхождение в горы, сплавы по рекам, походы в лес у человека развиваются немаловажные качества: сила воли, выносливость, целеустремленность, смелость, простейшие навыки выживания в непривычных, некомфортных условиях и чувство патриотизма. Чтобы любить свою страну, ее надо знать: увидеть уникальные природные ландшафты, памятники архитектуры и познакомиться с культурами других народов. Исходя из вышесказанного, становится очевидно, что молодежный туризм перспективен. При этом он должен вызывать интерес не только у туристических организаций и потребителей их услуг, но и у государства. На это есть несколько причин. Первая, и самая веская причина – это развитие экономики. Человек, который понял всю прелесть и заманчивость туризма в годы своей молодости, с большой вероятностью продолжит путешествовать и в зрелом возрасте. Таким образом, спрос на туристические

услуги будет как у молодого поколения, потому что они доступны, так и у более зрелого. Вторая причина – повышение уровня интереса к стране у иностранной молодежи. Если в Украине будет развита сеть туристических баз, предоставлен широкий спектр предложений для молодых людей, то весьма вероятно, что приток иностранцев и инвестиций только возрастет. Ну и наконец, оздоровление нации, что также является важным фактором развития государства. Эту работу следует начинать с чрева матери, с детских дошкольных учреждений, школ, ВУЗОВ. Именно в этом возрасте формируется у молодых людей мировоззрение и философия жизни. Потому важную роль в развитии молодежного туризма играет школьный туризм, летние оздоровительные лагеря школьников, а также спортивно-оздоровительные лагеря для студентов с продуманной познавательной программой.

На протяжении длительного времени высшие и средние учебные заведения Украины не готовили специалистов для туристической отрасли. Поэтому, фундаментальное туристическое образование в Украина – относительно новая сфера образования. Отсутствуют учебники и в сфере молодежного туризма, отражающие реалии нового геополитического устройства мира. Подготовкой специалистов в туристической сфере Украины занимаются более 50 высших учебных заведений разных форм собственности и уровней аккредитации при отсутствии государственной политики и стратегии развития молодежного туризма. При ежегодно возрастающей потребности молодежи к занятиям туризмом, проблемами развития туризма занимаются различные государственные ведомства, нет единой методологической базы по проблемам развития социального туризма в молодежной среде, существует дефицит квалифицированных туристских кадров, маршрутов и технологий, способных качественно удовлетворять

растущий спрос молодежи на основе программ внутреннего туризма, слабо развита материальная база самостоятельного туризма. Таким образом, в настоящее время отсутствует четкое понимание целостности картины молодежного туризма, нет ясной концепции организационно-технических этапов развития инфраструктуры молодежных туристских центров и пропаганды молодежного туризма. Для решения назревших задач следует разработать в Украине государственную политику в сфере молодежного туризма. Для этого нужно учредить Государственный Комитет по туризму, одним из стратегических направлений деятельности которого должен стать молодежный туризм. Под гарантии государства следует объявить Гранты на строительство международных молодежных лагерей по типу «Спутника». Условия и законодательно-нормативную базу для решения этих и других задач в сфере молодежного туризма должен обеспечить Закон «О молодежном туризме в Украине».

Перебийніс В.І.

д.е.н., професор, академік АЕН України,
професор Полтавського університету економіки і торгівлі,
голова Полтавського обласного правління СЕУ

Перебийніс Ю.В.

викладач Полтавського юридичного інституту
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Аналіз сучасного стану розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфери України дозволяє сформулювати такі пропозиції.

1. Удосконалення інституційних засад механізмів державного регулювання ринків туристичних та курортно-рекреаційних послуг, зокрема, їх фіскального регулювання, уточнення бази визначення туристичного збору.

2. Визначення та реалізація стратегічних пріоритетів розвитку ключових об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної сфери України.

3. Удосконалення державної кредитно-інвестиційної політики розвитку логістичної інфраструктури туристичних та курортно-рекреаційних послуг.

4. Розвиток державно-приватного та муніципально-приватного партнерства у туристичній та курортно-рекреаційній сферах.

5. Удосконалення управління економічною безпекою суб'єктів господарювання туристичної та курортно-рекреаційної сфери, безпекою життєдіяльності споживачів їх послуг.

6. Подальший розвиток таких перспективних напрямів курортно-рекреаційного туризму, як духовний, спортивний, «зелений», кулінарний та ін.

7. Розширення контингенту іноземних споживачів туристичних та курортно-рекреаційних послуг з огляду на відносно низькі цінові пропозиції операторів цих послуг в Україні.

8. Формування в Україні туристично-рекреаційних кластерів, зокрема, у Південному (Приморському), Центральному, Західному (Карпатському) регіонах.

9. Удосконалення державної соціальної політики, спрямованої на забезпечення доступності туристичних та курортно-рекреаційних послуг для малозабезпечених верств населення, осіб з особливими потребами та ін.

10. Повніше використання наукового та освітнього потенціалів ВНЗ України, які готують кадри зі спеціальностей «Туризм», «Курортна справа» та ін. для туристичної та курортно-рекреаційної сфери.

Розвиток туризму на регіональному рівні, на наш погляд, має супроводжуватися удосконаленням транспортного забезпечення за рахунок формування туристичних транспортно-логістичних систем [1; 2; 3].

Рух матеріальних ресурсів від первинного джерела до кінцевого споживача варто розглядати як єдиний матеріальний потік, що забезпечується транспортними засобами. Зазначене є основою, на якій ґрунтується транспортна логістика.

Доцільно виділити певну специфіку підходів – логістики і транспортної логістики. Специфіка підходів транспортної логістики на відміну від «чисто» логістичних підходів передбачає наявність ключових елементів:

- транспортного забезпечення постачання, виробництва і збуту, як інтегруючої ланки в структурі транспортно-логістичної системи;

- вантажопотоку та пасажиропотоку, як різновиду матеріального потоку, що функціонує в межах транспортно-логістичної системи;

- транспортно-логістичного менеджменту, як інструменту управління транспортно-логістичною системою (табл. 1).

Таблиця 1.

Два підходи: логістики і транспортної логістики

Поняття	Логістика	Транспортна логістика
Система	Логістична система	Транспортно-логістична система
Управління системою	Логістичний менеджмент	Транспортно-логістичний менеджмент
Потік	Матеріалопотік	Вантажопотік, пасажиропотік
Потоковий процес	Функціонування матеріального потоку	Перевезення вантажу, пасажирів (просування вантажного потоку та пасажиропотоку)
Ключові ланки логістичного ланцюга	Постачання, виробництво і збут	Транспортне забезпечення постачання, виробництва і збуту, надання послуг

Однією з основних категорій транспортної логістики є її функції. Саме через них виявляється зміст і сутність транспортної логістики, її завдання і мета, як економічної, управлінської науки. Самі ж функції визначаються особливостями предмета транспортної логістики, її місцем та роллю у системі логістики.

Функцією транспортної логістики доцільно вважати основні напрями діяльності, що характеризують сутність, зміст та призначення транспортної логістики, її завдання і мету у системі економічних і управлінських наук.

Функції транспортної логістики, на наш погляд, мають наступні ознаки:

- є основними напрямками науково-пізнавальної (як галузь науки) та навчальної (як навчальна дисципліна) діяльності;

- у них проявляються сутність і зміст транспортної логістики;

- визначають місце транспортної логістики у системі логістики;

- вказують мету і завдання транспортної логістики як економічної науки.

Можна виділити такі функції транспортної логістики.

1) Евристична функція транспортної логістики. Полягає у тому, що наукова діяльність у сфері транспортної логістики базується на теоретичних положеннях, сукупність яких дозволяє спрямовувати цю діяльність на відкриття нових закономірностей та встановлення тенденцій, які виникають у процесі функціонування транспортно-логістичних систем.

2) Онтологічна функція транспортної логістики. Вона призначена пізнавати транспортні процеси, як економічне явище у системі логістики, тобто дослідити предмет транспортної логістики, дати пояснення результатів даного дослідження.

3) Прогностична функція транспортної логістики. Полягає у тому, що, охоплюючи певну систему знань у цій сфері та оволодіваючи певними закономірностями функціонування транспортно-логістичних систем, транспортна логістика, як наука визначає тенденції і напрямки розвитку транспорту у системі логістики.

4) Комунікативна функція транспортної логістики. Дає змогу використовувати нові знання та досягнення інших галузей науки (економічних, управлінських, технічних та ін.) у сфері транспортної логістики і, навпаки, – використовувати результати розвитку транспортної логістики для розвитку зазначених наук.

5) Системоутворююча функція транспортної логістики. Визначає місце, роль і значення транспортної логістики у системі логістики та характеризує певну побудову транспортної логістики, як системи.

Очевидно, даний перелік функцій транспортної логістики не є вичерпним. У процесі розвитку цієї науки вони будуть уточнятися і доповнюватися.

Розуміння транспортної логістики, як галузі науки не можливе без з'ясування такої категорії, як принципи. Під принципами транспортної логістики варто вважати керівні засади, теоретичні ідеї, яким притаманні універсальність і загальна значущість, що відображають суттєві положення транспортної логістики. Принципи виражають основу функціонування транспорту, як складової частини транспортно-логістичної системи, визначають сутність складних взаємин усередині цієї системи. Принципи транспортної логістики мають собою узгоджену систему, що складається з елементів, які перебувають у взаємозв'язку, забезпечуючи певну їх цілісність і єдність.

Система принципів транспортної логістики, на наш погляд, має включати такі принципи.

1) Принцип відповідальності транспортної логістики. Полягає у тому, що учасники транспортного процесу (і як господарюючі суб'єкти, і як фізичні особи) несуть відповідальність у межах чинного законодавства за дотриманням угод, правил дорожньої безпеки, екологічної безпеки тощо.

2) Принцип планування транспортної логістики. Являє собою складову планомірно пропорційного формування і функціонування транспортно-логістичної системи, свідому цілеспрямовану діяльність з визначення пропорцій розвитку матеріально-технічної бази транспорту та її використання шляхом розробки, затвердження і доведення внутрішньовиробничих планів до їх виконавців.

3) Принцип доцільності транспортної логістики. Полягає у тому, що транспортно-логістична система і транспорт (як її компонент) мають своєчасно, повно і якісно забезпечувати потреби споживачів у транспортних послугах.

Сучасними підходами транспортної логістики є:

- застосування систем автоматичного контролю переміщення пасажирів і вантажів;

- впровадження систем контролю місцезнаходження транспортних засобів (глобальної автоматизованої супутникової системи, що дозволяє визначати широту та довготу місцезнаходження транспортного засобу);

- створення загальнонаціональних комп'ютерних мереж з контролю за пересуванням пасажирів і вантажів;

- використання систем забезпечення безпеки руху транспортних засобів на базі ЕОМ та сучасних систем зв'язку;

- розвиток комплексних систем транспортування пасажирів і вантажів, що об'єднують у межах однієї макрологістичної мережі підприємств різних видів транспорту;

- спеціалізація транспортних засобів та транспортних об'єктів у процесі переходу транспортних компаній до перевезення дрібних партій вантажів та індивідуалізації обслуговування споживачів;

- використання автомобільних перевезень малих партій вантажів за принципами «від дверей до дверей», «точно вчасно» та ін.;

- формування універсальних логістичних підприємств, які забезпечують увесь комплекс логістичних операцій – закупівлю товарів, перевезення, зберігання, страхування пасажирів і вантажів, сортування і комплектування, інформаційне обслуговування, розміщення замовлень тощо;

- створення транснаціональних логістичних систем, як наслідок глобалізації економіки.

Транспортно-логістична система включає сукупність суб'єктів транспортної логістики, що функціонують з метою оптимізації вантажопотоків у логістичних ланцюгах «постачання – виробництво – збут» за критерієм мінімуму логістичних витрат. Термін «транспортно-логістична

система» є похідним від терміну «логістична система», але на відміну від неї підкреслює головну, інтегруючу роль транспорту в логістиці.

Туристична транспортно-логістична система, на наш погляд, має ґрунтуватися на таких принципах.

1) Принцип раціональності. Полягає у виборі раціонального варіанту туристичної транспортно-логістичної системи. Завдяки реалізації цього принципу досягається оптимізація системи в цілому. Здійснюється це шляхом оптимізації управлінських рішень, окремих завдань і планів, розподілу ресурсів, запасів тощо.

2) Принцип емерджентності (цілісності). Передбачає функціонування туристичної транспортно-логістичної системи, як цілісної системи, що виконує задану цільову функцію. При цьому важливо враховувати, що збільшення розмірів туристичного підприємства, його багатофункціональність зумовлює ускладнення його функціонування. При цьому збільшується кількість логістичних ланок і ланцюгів, що мають властивості, які не завжди співпадають з властивостями всього туристичного підприємства, як туристичної транспортно-логістичної системи. Внаслідок цього зростає ймовірність неспівпадання локальних оптимумів цілей окремих логістичних ланцюгів з загальним оптимумом цілі туристичної транспортно-логістичної системи підприємства.

3) Принцип системності. Обумовлює функціонування туристичного підприємства, з одного боку, як туристичної транспортно-логістичної системи, а з іншого боку – як підсистеми, що входить до транспортно-логістичної системи регіону (адміністративного району, області), туристичної галузі країни.

4) Принцип ієрархії. У багаторівневих туристичних транспортно-логістичних системах відносини між окремими рівнями повинні характеризуватися впорядкованістю їх

взаємин, що обумовлюється ієрархією. Оскільки кожен рівень туристичної транспортно-логістичної системи володіє певною автономією, то ієрархічна структура туристичної зазначеної системи відносно жорстка.

5) Принцип формалізації. Передбачає формалізацію якісних і кількісних характеристик, що характеризують діяльність туристичних транспортно-логістичних систем підприємств туризму.

6) Принцип інтеграції. Властивості інтеграції окремих елементів туристичних транспортно-логістичних систем підприємств туризму виявляються в набутті особливих властивостей, які дозволяють одержати внаслідок їх сукупної дії синергійний ефект, як ефект суміщених дій.

Туристична транспортно-логістична система складається з таких підсистем:

1) транспортно-постачальницька підсистема, яка постачає туристичному підприємству усі необхідні матеріальні ресурси, а також здійснює перевезення клієнтів до місць одержання ними туристичних послуг та зворотне транспортування клієнтів;

2) транспортно-технологічна підсистема, що забезпечує функціонування потоків туристів у місцях одержання туристичних послуг (у вигляді туру) як ринкового продукту туристичного підприємства.

При формуванні та функціонуванні туристичних транспортно-логістичних систем доцільно враховувати такі принципи.

1) Системний принцип, що полягає в інтеграції усіх ланок туристичного підприємства та їх взаємодію.

2) Принцип обліку, який передбачає врахування сукупних витрат в межах усього логістичного ланцюга – від закупівель матеріально-технічних ресурсів для функціонування туристичного підприємства до реалізації туристичного продукту включно.

3) Принцип оптимізації, що передбачає функціонування туристичної транспортно-логістичної системи та її підсистем за критерієм мінімуму сукупних логістичних витрат.

4) Принцип стійкості, реалізація якого дозволяє туристичній транспортно-логістичній системі функціонувати з мінімальними відхиленнями від норми в умовах біфуркаційного впливу зовнішнього середовища туристичних організацій.

5) Принцип адаптації туристичної транспортно-логістичної системи до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища туристичних підприємств, що реалізується шляхом прийняття відповідних управлінських рішень і корекції функціонування транспортно-постачальницької та транспортно-технологічної підсистем.

Важливою є інтеграція підсистеми логістичного управління в загальну систему менеджменту туристичного підприємства, забезпечивши ефективну організаційну структуру та структуру управління підприємством, взаємодію окремих елементів системи менеджменту шляхом узгодження діяльності туристичної транспортно-логістичної системи з операційними процесами на туристичному підприємстві.

Інформаційне забезпечення туристичної транспортно-логістичної системи є невіддільною складовою її функціонування. Для надходження необхідної інформації, підвищення потенційних можливостей туристичної логістики щодо збільшення прибутку, зростання конкурентоспроможності туристичного продукту, збільшення частки ринку туристичних послуг доцільно комп'ютеризувати всі підрозділи туристичного підприємства.

Особливо важливо удосконалювати системи обробки інформації з метою оптимізації рівня запасів матеріально-технічних ресурсів, прийняття управлінських рішень тощо.

Слід комп'ютеризувати системи обліку і контролю руху та використання матеріальних ресурсів і туристичних потоків.

Доцільно детально опрацьовувати логістичні операції в туризмі. Повинні бути визначені «вузькі місця» в логістичному ланцюгу – як з позицій її продуктивності, так із позицій витрат на утримання окремих складових туристичної транспортно-логістичної системи. Це дозволить забезпечити збільшення питомої ваги логістики у прибутку туристичного підприємства.

Необхідно здійснювати ефективне управління матеріальними потоками, що повинно забезпечити реалізацію усіх функцій туристичної транспортно-логістичної системи при загальній координації з боку служби логістики туристичного підприємства.

Доцільно визначати внесок логістики в загальний прибуток туристичного підприємства. Логістичні операції (транспортування, складування та інші) можна обліковувати відповідною обліковою службою (бухгалтерією).

Варто на підприємстві мати затверджений перелік показників ефективності функціонування туристичної транспортно-логістичної системи, до яких можна, зокрема, віднести:

- одержаний прибуток з розрахунку на одного туриста та 1000 грн активів туристичної транспортно-логістичної системи;
- продуктивність туристичної транспортно-логістичної системи;
- витрати на утримання туристичної транспортно-логістичної системи;
- енергомісткість логістичних процесів;
- трудомісткість логістичних операцій;
- рівень матеріальних запасів у туристичній транспортно-логістичній системі.

Доцільно оптимізувати рівень якості логістичного обслуговування, який можна з'ясувати: по-перше, шляхом встановлення додаткових доходів, отриманих від надання високоякісного туристичного сервісу; по-друге, співставленням прибутку, одержаного від туристичного сервісу вищого рівня, із затратами на підтримання такого рівня.

Важливо відпрацьовувати зв'язки туристичного підприємства з контрагентами, що займаються матеріально-технічним постачанням. Зокрема, слід оптимізувати кількість таких контрагентів. З метою підвищення надійності забезпечення підприємства матеріально-технічними ресурсами слід оптимізувати їх запаси.

Варто взаємодіяти з іншими підприємствами при опрацюванні стратегії, що дозволяє туристичному підприємству досить тісно взаємодіяти зі своїми партнерами (постачальниками, транспортними підприємствами, споживачами) в довготерміновому періоді. Така взаємодія партнерів має бути стратегічною, що передбачає спільне опрацювання та реалізацію комплексу заходів з узгодження дій зацікавлених сторін в ефективному функціонуванні логістичного ланцюга. Це зумовлює необхідність постійного обміну інформацією стосовно планів діяльності партнерів по туристичному бізнесу тощо.

У туристичному підприємстві доцільно мати службу логістики туризму, яка б відповідала за постачання матеріально-технічних ресурсів, їх складування, управління запасами, координувала б свою діяльність з транспортним підрозділом, відділом маркетингу, іншими службами. Служба логістики туризму повинна мати необхідне інформаційне забезпечення. Фахівцям підприємства, що управляють постачанням, транспортуванням та ін., слід мати належну підготовку з логістики.

Керівництво служби логістики та туристичного підприємства в цілому повинно підтримувати високе значення та престиж працівників, що займаються туристичною логістикою, мотивувати їх діяльність. Необхідність досягнення високої ефективності управління персоналом служби логістики туризму включає заходи з підбору кадрів, їх підготовку та підвищення кваліфікації, навчання їх сучасним методам і технологіям в галузі логістики.

Література:

1. Перебийніс В.І., Перебийніс О.В., Олексенко Л.В. Логістичне забезпечення туристичних підприємств// Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія/ за ред. Г.П. Скляра. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – С. 170-180.

2. Перебийніс В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування: монографія / В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс. – Полтава: РВЦ ПУЕТ, 2006. – 207 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/1546>.

3. Перебийнос В.И., Надворная Г.Г. Финансово-экономическая безопасность туристско-рекреационной сферы Украины// Инновационное развитие и финансовая безопасность социально-экономических систем: монография/ под. ред. С.В. Климчук. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2014. – С. 128-134.

Саблук П.Т.

д.е.н., професор, академік НААН України,
академік-секретар відділення аграрної економіки
і продовольства НААН України,
радник при дирекції ННЦ «Інститут аграрної економіки»,
член Президії Правління Спілки економістів України

Забуранна Л.В.

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту
імені проф. Й.С. Завадського
Національного університету біоресурсів
і природокористування України

БІЛЬШЕ УВАГИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Результати наукових досліджень свідчать про те, що одним із напрямів розв'язання проблем розвитку є розширення позасільськогосподарських напрямів діяльності, серед яких важлива роль відводиться туристичному підприємництву в аграрній сфері. Сільський туризм у розвинених країнах розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села.

Об'єктивна необхідність розвитку сільського туризму в усіх регіонах, адміністративно-територіальних районах, громадах України зумовлена такими обставинами:

- стимулювання форми сімейного господарювання, малого підприємництва;
- освоєння рекреаційного потенціалу, що потребує пошуку альтернативних та ефективних стимулів для його раціонального використання у відпочинково-туристичних цілях;
- вирішення низки гострих соціальних проблем багатьох регіонів, зокрема, масового безробіття, закордонного заробітчанства, складного соціального клімату тощо;
- збереження етнокультурної самобутності історичних регіонів нашої держави, що є ексклюзивною, міжнародно-

туристичною, конкурентною перевагою, що дасть змогу Україні стати одним із основних осередків розвитку сільського аграрного туризму в Європі.

Перші паростки розвитку туризму в аграрній сфері в Україні з'явилися у середині 90-х років ХХ ст. Сьогодні в державі налічується значна кількість садиб, що надають послуги сільського зеленого туризму. Хоча потенціал розвитку даного виду туризму значно більший – у селах України налічується 6,3 млн житлових будинків, з яких 98% – у приватній власності. Майже 1 млн осель потенційно можуть приймати туристів. Середньорічна чисельність працездатного населення, що проживає в сільській місцевості, становить 6,4 млн осіб, переважна частина яких частково зайнята. Кожне десяте особисте селянське господарство має можливості надавати послуги у сфері сільського аграрного туризму, якщо розширити інтерес до сільського життя (атмосфери) – рибальство, збирання грибів, ягід, конярство і т.д.

Головним суб'єктом, який формує та пропонує туристичний продукт у сфері сільського зеленого туризму є сільський житель та його родина, які в сучасних умовах господарювання і формують особисте селянське господарство, що займає провідні позиції, залишається одним з основних виробників сільськогосподарської продукції. Їх особливість полягає в тому, що в основному це господарства сімейного типу, що дозволяє туристу який скористується послугами сільського зеленого туризму у повній мірі відчувати ту атмосферу справжньої сільської родини, народної гостинності, кулінарних звичаїв, різноманіття сільських народних ремесел, яких індивідуальний господар без залучення надати не в змозі. Крім, позитивного впливу на зайнятість членів ОСГ, значний соціальний внесок у розбудову української культури та національних звичаїв, сільський зелений туризм, який буде

одним із можливостей розвитку українських сільських родин, також забезпечить кумулятивний ефект для сільських територій, а саме у створенні нових робочих місць для забезпечення комплексності пропонуємих туристичних послуг (транспортування, екскурсійне обслуговування та ін.) та розбудові інфраструктури сільських поселень.

Наразі спостерігаються позитивні зміни щодо правового врегулювання діяльності у сфері надання послуг сільського зеленого туризму та підтримки державою даного виду зайнятості сільського населення. Зокрема, Верховна Рада ухвалила в першому читанні зміни до закону «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму. Проект №2232а за основу підтримав 231 народний депутат. В даному законопроекті зазначено, що особи, які ведуть ОСГ, можуть: надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму на базі належного їм на праві власності майна; при цьому відпочиваючі не забезпечуються спеціально обладнаними жилими приміщеннями (номерами), а їм надаються послуги з розміщення у житлових будинках, в яких і проживають самі господарі; кількість місць має бути обмежена 10. Це зроблено з метою забезпечення власникам таких господарств можливості на законних підставах надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму без реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності. Крім того, на органи виконавчої влади і місцевого самоврядування планується покласти обов'язок сприяти особистим селянським господарствам в організації у сільській місцевості фахової підготовки та перепідготовки членів особистого селянського господарства у сфері сільського зеленого туризму.

Міністерство аграрної політики та продовольства України в 2016 р. в рамках реалізації Концепції розвитку сільських територій почало роботу по створенню шести аграрних рекреаційних кластерів у шести областях України,

які дозволять розвивати зелений туризм в сільській місцевості, повідомила прес-служба міністерства. За погодженим планом для створення кластерів визначено наступні території:

- Миколаївська область: цілорічний курорт «Коблево» на території Березанського та Очаківського районів;

- Полтавська область: кластер «Диканька цілий рік» в Диканьському районі;

- Чернігівська область: «Козацьке коло» Парафіївської об'єднаної територіальної громади за участю Качанівського парку, фермерського господарства «Хутір соколиний», фермерського господарства «МРІЯ» в Ічнянському районі;

- Одеська область: «Еко парк Фрумушіка» у Тарутинському районі;

- Київська область: «Медвино» в Іванківському районі Київської області;

- Херсонська область: курорти «Лазурне» та «Арабатська стрілка».

Можливості для створення подібних кластерів є в кожній області, в кожному адміністративно-територіальному районі нашої держави. Впровадження агро-рекреаційних кластерів в територіальних громадах передбачає створення значної кількості додаткових робочих місць.

В результаті проведеного у 2013–2014 р.р. соціологічного опитування споживачів послуг сільського зеленого туризму визначено, що в основі попиту на відпочинок у сільській місцевості найбільший вплив справило виникнення необхідності людей споживати не більше товарів, а отримати більше «живих вражень та досвіду» (подорожі, що сприяють особистому зростанню та збагаченню знань про культуру та природу), а також зростання турботи про здоров'я та підтримка фізичної форми – активний відпочинок на відкритому повітрі. Лише на четвертому місці для споживачів послуг сільського зеленого туризму стали

економічні фактори, що свідчить про надзвичайно високу соціально-культурну роль даного виду відпочинку людей.

В процесі дослідження також з'ясовано, що найпопулярнішими туристичними послугами в сфері сільського зеленого туризму є ті, що пов'язані з проведенням туристичними програми (етнографічні фестивалі, вечорниці, народні обряди) та знайомство з місцевою культурою та побутом, що беззаперечно підтверджує значну роль сільського зеленого туризму у духовному та національному відродженні сільських традицій та культури.

Отже, особисте селянське господарство може стати перспективною ланкою єдиної системи: «виробництво екологічно чистого продовольства – рекреаційна діяльність – збереження природи й ландшафтів». Тому є всі підстави вважати, що в перспективі ОСГ збережуться як функціонально значущий структурний елемент національної економіки і джерело розвитку сільських територій, перш за все через надання послуг сільського зеленого туризму. Визначення сільського туризму як «зеленого» підкреслює його проєкологічну орієнтацію. Реалізація права людини на сприятливе для її здоров'я й добробуту навколишнє природне середовище, раціональне використання природних ресурсів та охорона довкілля – невід'ємні складові процесу суспільного розвитку Української держави, зокрема розвитку сільських територій.

Скляр Г.П.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри туристичного та готельного
бізнесу ВНЗ Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІДНОСИН ПАРТНЕРСТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) та Всесвітнього агентства ООН з розвитку сталого і загальнодоступного туризму останній (туризм) перетворився в одну з найбільш перспективних рушійних сил світового економічного зростання, створення робочих місць і стабільного доходу для мільйонів людей. Важлива і перспективна роль сфери туризму в глобальному розвитку дозволяє сформулювати актуальність його наукових досліджень. В умовах децентралізації управління розвитку туризму в Україні, перерозподілу туристичних потоків, поглиблення бідності населення внаслідок девальвації гривні та інфляції актуалізуються відносини взаємодії регіональних органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, приватного бізнесу, громадських організацій, науки та освіти, що формує модернізаційний вектор досліджень свідомого розвитку партнерських відносин на внутрішньому ринку країни. Полем дослідження є сфера партнерської взаємодії суб'єктів туризму різних видів економічної діяльності.

Людинорозмірний підхід у дослідженні економічних умов і суперечностей розвитку відносин партнерства у сфері туризму України в останні роки набуває поширення [1-4]. Саме реалізація соціальної направленості туристичного бізнесу сприяє використанню підходу «партнерства» з клієнтами, суб'єктами господарювання, органами державної влади, місцевого самоврядування, недержавними організаціями, працівниками туристичних підприємств.

Відносини партнерства є альтернативою відносинам конкуренції. Термін «партнерство» широко використовується в науковій літературі, нормативних актах, документах міжнародних організацій, тому при аналізі слід виділити різні форми партнерства. При цьому необхідним є виокремлення та врахування соціокультурної компоненти. Тому, на наш погляд, при аналізі відносин соціального партнерства важливо звернути увагу на соціокультурні аспекти міжнародного туристичного руху, який розповсюдився на всі континенти, міжцивілізаційну форму партнерства в сфері туризму.

Важливим є застосування досвіду і механізмів міждержавного партнерства. Дослідження нами проблем функціонування і розвитку туризму показало, що важливе місце в його інфраструктурі займають туристичні інформаційні центри (ТІЦ). Ознайомлення з практикою діяльності вказаних центрів в Польщі (м. Краків, м. Вроцлав, м. Познань), Чехії (м. Прага), Австрії (м. Відень), Угорщині (м. Будапешт), Іспанії (м. Барселона) дозволило виділити при аналізі 2 їх групи. Перша спеціалізується на наданні безкоштовних інформаційних послуг щодо закладів розміщення, ресторанного господарства, музеїв (довідники, карти, проспекти тощо) з метою залучення туристів на об'єкти міста в інтересах всієї територіальної громади. Друга група ТІЦ реалізує власні економічні інтереси, надаючи відповідний спектр послуг туристам (трансфер, проживання, забезпечення квитками на спортивні заходи, в театри, на концерти, залучає до екскурсій тощо) на комерційній основі. В Україні поширюється практика створення ТІЦ з використанням європейського досвіду (наприклад, м. Львів, Закарпатська область). В останньому регіоні створена мережа туристичних інформаційних центрів Закарпаття та сувенірних магазинів «Скарби Закарпаття» завдяки реалізації проекту «Управління транскордонними DESTINATIONAMI в

Закарпатській області та Саболч-Сатмар-Березькому регіоні Угорщини», що впроваджувався Центром українсько-угорського регіонального розвитку в рамках Програми прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2007–2013 і співфінансувався Європейським Союзом через європейський інструмент сусідства та партнерства. Крім того, механізми міждержавного партнерства були застосовані при реалізації проекту «Гармонізація розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону», що впроваджувався Асоціацією економічного розвитку Івано-Франківщини (Програма прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна 2007–2013 рр.). Так, в м. Яремче відбулася школа з питань розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону. Учасниками Школи стали власники приватних садиб, представники туристичних асоціацій, туристично-інформаційних центрів з Івано-Франківської області та повіту Марамуреш (Румунія). У 2007–2009 рр. були реалізовані проект «Створення транскордонної мережі розвитку та просування туризму між Івано-Франківською областю та повітом Марамуреш Румунії» Програми добросусідства «Румунія – Україна»; проект ТАІФ «Карпатська мережа кулінарної спадщини»; проект Центру соціальних та ділових ініціатив з м. Яремче «ВелоКраїна» по Програмі Сусідства ЄС Україна – Румунія, головною метою якого стало створення інфраструктури для рекреаційних велосипедних поїздок у горах. Таким чином, проекти міждержавного партнерства в Україні набули свого поширення.

Відносини відповідального партнерства, як показали дослідження, властиві практиці сучасних мережевих операторів туристичного ринку України. Формуючи соціальний капітал, заснований на довірі та відповідальності, провідні туроператори і турагенції свідомо створюють

відповідні економічні умови розвитку партнерських відносин з юридичними та фізичними особами, партнерами по бізнесу та споживачами туристичного продукту. Слід наголосити, що сучасні дослідники відзначають певний розвиток франчайзингових туристичних агентств (мереж) в Україні. Можемо підкреслити, що виокремлення відносин відповідального партнерства в туристичних мережах як поєднання довіри та відповідальності, компоненти соціального капіталу сфери туризму дозволяє доповнити існуючу класифікацію форм партнерства: глобальне, міжцивілізаційне, міждержавне, міжрегіональне, партнерство в межах євро регіонів, соціальне, державно-приватне, внутрішньо-корпоративне, партнерство туроператорів некомерційного і комерційного характеру, партнерство суб'єктів туристичної діяльності у формі створення громадських об'єднань, відповідальне внутрішньо-корпоративне партнерство в туристичних мережах, партнерство туристичного лідера з членами групи тощо.

Нова парадигма модернізації економіки наділяє туризм функцією промоції регіонів. В цьому контексті актуальним, на наш погляд, є формування механізмів державно-приватного партнерства з метою розвитку окремих видів туризму, у тому числі гастрономічного, адекватних туристичному потенціалу регіонів. Полтавська область має кулінарну спадщину, що формує традиції української кухні (борщ, галушки, пундики). В районах і містах області проводяться свята полтавської галушки, борщу, сала, меду тощо. В області наявна достатньо розвинута мережа транспортного сполучення, готелів і аналогічних засобів розміщення, ресторанів та готельно-ресторанних комплексів, що формують інфраструктурне забезпечення туристичних потоків. Механізми державно-приватного партнерства сприяють залученню приватних інвестицій і є організаційною інновацією, а також сприяють створенню

інноваційних об'єктів гастрономічного туризму в структурі історико-культурних, етно-культурних комплексів, садиб сільського зеленого туризму, суб'єктів підприємницької діяльності інших видів економічної діяльності (олійниць, сироварень, ковбасних цехів, пивоварень тощо).

Важливим є вплив туризму на формування об'єднаних територіальних громад. Процес створення в Диканському районі Полтавської області агротуристичного кластеру з використанням ще гоголівського бренду «Диканька» став вагомим чинником, на наш погляд, виникнення пропозиції щодо створення єдиної об'єднаної територіальної громади цього компактного району. Мають місце пропозиції щодо об'єднання громад сільських рад сусідніх адміністративних регіонів, на території яких знаходяться туристичні об'єкти, пов'язані з життям і творчістю М.В. Гоголя.

В практиці роботи органів місцевого самоврядування у м. Полтава використовується термін «державно/комунальне-приватне партнерство в галузі туризму» (В.В. Павлов). Завдяки реалізації вказаного формату партнерства у 2015–2017 р.р. відкрито 3 інформаційно-туристичні маршрути з використанням QR кодів. Інвестором виступила компанія Vodafone.

Таким чином, модернізаційний підхід сприяє розвитку сфери туризму і туристичного бізнесу на засадах партнерства, потребує свідомого використання європейського досвіду партнерства у різноманітних його формах.

Література:

1. Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. ред. Г.П. Сkläра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.
2. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / [авт.кол.]; за заг.ред. Г.П. Сkläра. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – 372 с.
3. Сkläр Г.П. Свідомий розвиток державно-приватного

партнерства в сфері туризму в умовах євроінтеграції / Г.П. Скляр, О.М. Литвин // Управління розвитком соціально-економічних систем у новій економіці: монографія. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – С.61-69.

4. Скляр Г.П. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами / Г.П. Скляр, Л.В. Дробиш, Л.І. Вишневецька // Економічний вісник Донбасу. Науковий журнал. – 2017. – №2 (48). – С.157-162.

Хвесик. М.А.
д.е.н., професор,
академік НААН України, директор ДУ «Інститут економіки
природокористування та сталого розвитку НАН України»,
науковий керівник Секції по вивченню продуктивних сил України,
член Президії Правління Співки економістів України

Ільїна М.В.
к.соц.н., с.н.с.
ДУ «Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку НАН України»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Туристично-рекреаційна сфера стала невід'ємною частиною економіки більшості країн світу. Як сектору економіки туристичному сектору притаманні швидке і стабільне зростання економічних показників, значні обсяги інвестицій, стимулювання ринку праці. Протягом останніх шістдесяти років економічні показники сфери стабільно зростають на 5-6% щороку. Індустрія продукує 7% світового ВВП, їй належить 6% робочих місць, 11% споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень. Туризм є одним із найприбутковіших видів бізнесу: щорічний приріст інвестицій складає 35%, а загалом на індустрію припадає близько 7% усього обсягу інвестування. З 1995 р. обсяги в'їзного туризму стабільно зростають щороку на 3,5%; у 2016 р. загальне число міжнародних туристичних прибуттів у світі зросло у порівнянні з попереднім 2015 р. на 4% і сягнуло 1 235 млрд [1]. Швидкі темпи розвитку галузі сприяють росту капітальних інвестицій та експортних надходжень, створенню нових робочих місць. У 2016 р. загальний обсяг доходів від в'їзного туризму, включаючи пасажирський транспорт, перевищив 1,5 трильйони дол. США (близько 7% загального обсягу світового експорту товарів та послуг).

Туризм як галузь економіки особливо актуальний для країн, що розвиваються. Високий рівень безробіття, низькі доходи громадян, критично малі обсяги валютних надходжень, інфляція – це ті соціально-економічні проблеми, які допомагає вирішувати галузь туризму, якщо вона функціонує стабільно та ефективно [2]. Переконливі темпи зростання показників світової індустрії туризму дозволяють очікувати подальшого розвитку сфери, активізації діяльності зі збереження й відновлення рекреаційних ресурсів. У суспільному відношенні туризм і рекреація сприяють оздоровленню і відновленню трудового потенціалу людських ресурсів, раціоналізації вільного часу населення, його фізичному та емоційному збагаченню, зміцненню соціальних зв'язків, вихованню культурної та релігійної толерантності.

Стрімкій висхідній тенденції розвитку туризму у світі сприяє цілий комплекс соціально-економічних та технологічних факторів: підвищення рівня загального добробуту населення, зміцнення середнього класу як основного споживача туристичних послуг, розвиток транспортної інфраструктури, електронного зв'язку та телекомунікацій, зростання мобільності населення. З іншого боку, туризм вкрай вразливий до фінансово-економічних криз, соціальних негараздів (розшарування населення, зростання безробіття, збідніння середнього класу), політичної нестабільності (військові і громадянські конфлікти), до техногенних катастроф та стихійних лих. Однак за сприятливих умов туризм сприяє глобальному економічному розвитку та підвищенню рівня життя у бідних країнах, а витрати міжнародних туристів у країнах, що розвиваються, у декілька разів перевищують обсяг міжнародної фінансової допомоги цим країнам.

Туризм пом'якшує наслідки економічної рецесії, виступає каталізатором відновлення економіки. Так, за даними Світової організації туризму, після світової

фінансової кризи 2008 р. туристична сфера однією з перших продемонструвала економічне зростання: вже через 2 роки кількість міжнародних туристів зросла на 7% до попереднього року [3]. Для України здатність індустрії туризму сприяти зменшенню диспропорцій платіжного балансу є особливо важливою.

Україні притаманні низький рівень розвитку туристично-рекреаційної галузі та незначний відсоток туристів. Динаміка обсягів туристів свідчить про відсутність довгострокових тенденцій розвитку сфери (2,0 млн осіб у 2000 р., 2,5 млн – у 2016 р.). Більше того, існує стійка тенденція до скорочення кількості внутрішніх туристів та збільшення обсягів виїзного туризму: кількість внутрішніх туристів протягом 2000–2016 рр. зменшилася з 1,351 млн до 454 тис., а іноземних туристів – з 378 тис. до 35 тис. (табл.). За зазначений період обсяги в'їзного (іноземного) туризму спадали щороку на 14%, а внутрішнього туризму – на 7%. Натомість кількість виїзних (закордонних) туристів зросла з 285 тис. (2000 р.) до 2061 тис. (2016 р.), а середній темп приросту цього показника склав понад 13%. Саме завдяки значній кількості виїзних туристів довгострокова динаміка загального обсягу туристів має слабку та нестабільну, але позитивну тенденцію. Разом з так само низькими показниками середнього щорічного приросту кількості екскурсантів це свідчить про відсутність стійких тенденцій розвитку туристично-рекреаційного комплексу, а також про те, що Україна як місце туризму і рекреації стає все менш привабливою не лише для іноземних, але і для власних громадян. Одним із наслідків цього є низькі показники зайнятості у туризмі та санаторно-курортному лікуванні – 22 тис. та 102 тис. осіб відповідно, що сукупно є менше 1% зайнятих у вітчизняній економіці (для порівняння показник зайнятості у світовій туристичній індустрії складає 8%) [4].

Таблиця

**Обсяги туризму в Україні за категоріями туристів
у 2000-2016 рр., тис. осіб***

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014**	2016**
Всього туристів	2 014	2 265	1 890	2 207	3 042	2 281	3 001	2 425	2 550
у т. ч.: в'їзних (іноземних)	378	418	436	299	373	336	270	17	35
виїзних (закордонних)	285	303	442	868	1282	1296	1957	2085	2061
внутрішніх	1 351	1 545	1 012	1 039	1 387	649	774	323	454

* Джерело: складено за [4].

** Без урахування тимчасово окупованої території
Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони
проведення антитерористичної операції

Причина зменшення попиту на послуги вітчизняної туристично-рекреаційної індустрії криється не лише у їх низькій якості, але й у несправедливій та невиправданій ціні на такі послуги на фоні загального зубожіння населення. Обсяги реалізованих туристичних послуг і послуг, наданих готелями й іншими місцями для тимчасового проживання, постійно зростають. В окремих регіонах України, в т.ч. у традиційних туристично-рекреаційних центрах, мають місце процеси здрібніння готелів та інших місць тимчасового розміщення туристів. Триває неухильна тенденція до зменшення кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів, місць у них та чисельності оздоровлених. Середній щорічний приріст цих показників є від'ємним практично для всіх типів санаторно-курортних закладів: починаючи з 1990 р. кількість ліжок у санаторіях та пансіонатах з лікуванням щороку скорочується [5].

Протягом літнього сезону 2016 р. було оздоровлено лише 321 тис. дітей або 5% від загальної кількості дітей в Україні.

Станом на 2013 р. міграція дітей віком до 17 років з метою оздоровлення у санаторно-курортних і оздоровчих закладах найбільшою мірою здійснювалася до АР Крим (33% від загальної кількості міграцій дітей в Україні), Донецьку (9%), Запорізьку (5%), Миколаївську (5%), Одеську (10%) та Херсонську (6%) області [6]. Однак у 2016 р., як і у 2013 р., основна маса українських дітей оздоровлюється не на узбережжях морів, а в регіонах свого постійного проживання незалежно від екологічної ситуації, багатства і різноманітності природних туристичних, рекреаційних ресурсів та розвиненості мережі дитячих санаторно-курортних та оздоровчих закладів. На вибір батьками регіону відпочинку й оздоровлення дітей більшою мірою впливає територіальна близькість і розвиненість мережі санаторно-курортних і оздоровчих закладів, аніж багатство природних рекреаційних ресурсів.

Однією з вагомих причин неефективного використання вітчизняного туристично-рекреаційного потенціалу є критично низький рівень платоспроможного попиту на туристичні послуги. Як форма дозвілля щорічні туристичні подорожі з метою відпочинку та оздоровлення є невід'ємною ознакою приналежності до середнього класу. Однак в Україні, згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології, у 2017 р., як і в попередні роки, переважна більшість громадян (59%) не планувала відпочивати влітку взагалі. Кількість тих, хто не мав можливості кудись поїхати минулого літа, склала 22%. 10% збиралися на відпочинок до Карпат та інших курортних місць, провести відпустку на дачі або в заміському будинку планували 8% опитаних, поїхати до родичів у село – 5%. Лише 3% планували відпочивати за кордоном [7].

Іншими проблемами туристично-рекреаційної сфери України слід визнати несправедливе співвідношення ціни та якості туристичних послуг, правову і соціальну незахищеність

туристів, незадовільний екологічний стан природно-рекреаційних ресурсів. Причинами необґрунтовано високої ціни відпочинку й оздоровлення на вітчизняних курортах у приватних закладах є бідність місцевого населення внаслідок безробіття (особливо сезонного, що призводить до деградації трудового потенціалу), відсутність інших сфер прикладання праці, негативні демографічні процеси.

Необґрунтована монополізація санаторно-курортними закладами природо-рекреаційних ресурсів порушує гарантоване Конституцією України право кожного громадянина користуватися природними ресурсами включно з морськими та річковими узбережжями, перешкоджає розвитку мережі приватних закладів, нівелює переваги конкурентного середовища та призводить до зменшення попиту на послуги вітчизняної туристичної індустрії. Високий і стабільний попит на відпочинок на морському узбережжі Чорного моря спричиняє виснажливий спосіб використання його ресурсу. Екологічну ситуацію погіршують неврегульованість відносин власності та неконтрольованість приватної підприємницької діяльності з надання туристичних і санаторно-курортних послуг населенню.

Погіршують перспективи розвитку вітчизняної туристично-рекреаційної сфери системні соціально-економічні проблеми – руйнація системи соціального туризму, неефективність боротьби з тіньовою діяльністю у сфері туристичних, екскурсійних, санаторно-курортних і готельних послуг. Розвитку іноземного туризму перешкоджають низький рівень громадської безпеки, системи охорони здоров'я та гігієни, незадовільний стан транспортної інфраструктури, нерозвиненість індустрії гостинності, відсутність єдиної системи стандартів послуг та ранжування санаторно-курортних і готельних закладів на групи за якістю, комплексністю послуг та ціною.

Наявність та задавленість цих проблем пояснюють, чому згідно зі щорічними рейтингами конкурентоспроможності країн у сфері туризму Світового економічного форуму у 2017 р. за показником привабливості для туристів Україна посіла 87 місце (77 у 2010 р.), за показником економічного потенціалу – 124 місце, безпеки – 127, сталого довкілля – 97, природних ресурсів – 115, пріоритетністю туризму для держави – 90 місце [8]. Останнє підтверджує відсутність національної стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери, загальнонаціональних інвестиційних програм та планів розвитку туризму та санаторно-курортної сфери, а зазначені проблеми обґрунтовують потребу у зміні системи управління сферою з урахуванням визначених державою цілей та пріоритетів і загальноєвропейських тенденцій.

Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. визначено, що умовами сталого розвитку сфери є забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства; концентрацію ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери; запровадження інституту саморегулювних організацій; розроблення національних стандартів, наближених до міжнародних; розвиток туристичних територій [10].

Стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України визначено:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

- 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;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів.

З цією метою Стратегією заплановано створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів; забезпечення міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації задля раціонального використання туристичних ресурсів та оптимізації витрат з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері; об'єднання зусиль органів державної влади, місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки, інститутів громадянського суспільства; 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 трьох складових: галузевої (міжгалузева координація), територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні – у тому

числі екологічного (зеленого), сільського та лікувально-оздоровчого).

В частині рекреаційного природокористування основні напрями реалізації Стратегії включають:

- визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів;

- забезпечення комплексного розвитку територій, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;

- забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом регулювання інтенсивності туристичних потоків, 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.

Стратегією визначено, що для досягнення цілей 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 принципів конституційності, законності та прозорості. Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських

організацій. Основними складовими організаційного механізму є план заходів з реалізації Стратегії; цільові та регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів; договори, в т.ч. державно-приватного партнерства. Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом формування сприятливих умов для залучення інвестицій; надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції; сприяння фінансовому оздоровленню підприємств; 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, коштів інших фінансових установ.

На нашу думку, наведеній структурі механізмів державного регулювання сфери туризму і курортів бракує природоохоронного механізму, орієнтованого на забезпечення екологічної безпеки, ощадливе використання природних рекреаційних ресурсів, їх збереження та відновлення з одночасним забезпеченням ефективності використання ресурсів для ведення економічної діяльності, надання послуг з оздоровлення та відпочинку широкому колу споживачів. Інструменти реалізації механізму включають контроль за використанням природних рекреаційних ресурсів; адміністративну відповідальність за шкоду, завдану рекреаційним ресурсам; стимулювання використання підприємствами, що надають послуги туризму та рекреації, енергоощадних, екологічно орієнтованих технологій та систем виробництва; моніторинг стану рекреаційних ресурсів та навколишнього природного середовища загалом.

Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. залишається неврегульованим ринок послуг

розміщення у сфері сільського зеленого туризму, що потребує додаткових та окремих зусиль з боку держави та всіх зацікавлених сторін. Повністю нерегламентованими є умови ведення сільського туризму, відсутні єдина комплексна державна політика та нормативно-правове забезпечення цього виду діяльності. На нашу думку, державна політика у цій сфері має поєднувати помірний протекціонізм зі стимулюванням приватної ініціативи та враховувати, що органи місцевої і регіональної влади в Україні не мають достатньо повноважень та фінансових ресурсів для самостійного фінансового й економічного стимулювання розвитку сільського зеленого туризму.

Література:

1. UN WTO World Tourism Barometer. January 2017. – 2017. – P. 1-5.
2. Ardahaey F. Economic Impacts of Tourism Industry / Ardahaey F.T. // International Journal of Business and Management. – 2011. – Vol. 6. – No. 8. – P. 206-215.
3. UN WTO Annual Report / UN World Tourism Organization. – Madrid: UN WTO, 2017. – 78 p.
4. Туристичні потоки [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Київ: Державна служба статистики України, 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://ukrstat.gov.ua/>
5. Санаторно-курортні та оздоровчі заклади [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – К.: Держкомстат України, 2014. – Режим доступу до ресурсу: www.ukrstat.gov.ua.
6. Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2016 року / Статистичний бюлетень Держкомстату України. – К.: Держкомстат України, 2016. – 59 с.
7. Як планують відпочивати українці [Електронний ресурс] / Київський міжнародний інститут соціології – Режим доступу до статті: <http://kiis.com.ua/ua/news/view-84.html>
8. Blanke J. The travel & tourism competitiveness report 2017. Beyond the downturn / J. Blanke, Th. Chiesa. – Geneva: World economic forum, 2017. – 387 p.

9. Brida J. Literature Review on the Tourism-Led-Growth Hypothesis / Brida J. G., Piluna M.A. // Centro Ricerche Economiche Nord Sud (CRENoS) of Univeristad di Cagliari. – 2010. – No. 17. – 29 p.

10. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 №168 // Офіційний вісник України. Офіційне видання від 31.03.2017. – 2017. - №26. – С. 86.

Ходаківський Є.І.

д.е.н., професор,
заслужений діяч науки і техніки України

Плотнікова М.Ф.

к.е.н., доцент
Житомирський національний агроекологічний університет

Костиця М.М.

к.е.н., доцент
департамент економіки Житомирської міської ради

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Ефективний розвиток підприємництва у сільському секторі економіки передбачає створення сприятливого середовища для багатофункціонального (диверсифікованого) ведення господарської діяльності на основі використання наявного людського, природного, ресурсного потенціалів. Одним із напрямів урізноманітнення аграрної економіки є туристичне підприємництво, або сільський туризм. У процесі задоволення потреб споживачів у відпочинку на селі цей вид діяльності збільшує додану вартість продукції агропромислового комплексу, виступає джерелом додаткових доходів та забезпечує економічну активність місцевого населення.

Процеси диверсифікації завжди перманентні. Постійних позитивних динамічних змін потребує не лише діяльність сільських громад, як явища самоорганізованого регіонального розвитку аграрного сектору економіки, використовуючи туристичну діяльність, як форму підприємництва, але й диверсифікації самих форм туристичної діяльності. У вітчизняній теорії і практиці використовуються різні дефініції – «сільський», «сільський зелений туризм», «агротуризм», «екотуризм» та ін. На нашу думку,

сформулювати визначення сільського туризму як об'єднуючого (загального) поняття у відношенні до названих одиничних випадків, яке передбачає здійснення всіх видів туристичної діяльності у сільській місцевості (середовищі), тісно пов'язано з сільськогосподарською діяльністю та побутом і використовує спадщину села, але й взаємодію внутрішнього та зовнішнього середовищ цілих соціумів на основі синергетичної дифузії взаємодіючих систем. З підприємницької точки зору, сільський туризм слід розглядати як самостійну, систематичну, ризикову господарську діяльність щодо надання у сільській місцевості комплексу основних (послуги розміщення, харчування) та супутніх (сільськогосподарські роботи, риболовля, прогулянки на конях, участь у святах, продаж народних промыслів тощо) послуг туристам з метою отримання економічного, соціального або іншого ефекту.

Як вид економічної діяльності сільський туризм виступає функцією незалежних змінних (попиту, пропозиції, ціни), внутрішніх та зовнішніх факторів, а також фактору часу. Всі ці елементи знаходяться у взаємодії та взаємовпливах, що уможливає розглядати їх як систему. Група факторів локалізації сільського туризму (природно-географічні, природно-антропогенні, історичні, біосоціальні тощо) визначає фактичну туристсько-рекреаційну придатність певної сільської місцевості. Фактори вибіркості характеризують потреби споживачів сільського туризму: від них залежить хто, коли, як довго і яким чином буде відпочивати. До факторів реалізації належать соціально-економічні (рівень та структура доходів і витрат населення, тривалість вільного часу, рівень освіти, культури), матеріально-технічні (наявність та стан засобів розміщення, транспортних мереж, закладів торгівлі і харчування), політичні, екологічні та ін. умови.

Нами узагальнено, що системний вплив сільського туризму на економіку сільських територій відбувається через різноманітні ефекти (економічний, соціальний, етнокультурний, особистісний, екологічний) та зв'язки з суб'єктами інших видів економічної діяльності (з підприємствами агропромислового комплексу, закладами розміщення, мисливськими, рибними та кінними господарствами, майстрами народних промислів, магазинами, перевізниками, будівельними компаніями тощо). В результаті цих впливів утворюється синергія сільського туризму, що забезпечує багатофункціональний (диверсифікований) сільський розвиток.

Підприємництво у сільському туризмі набуває різних форм (рис. 1). На сучасному етапі переважають (близько 80%) некорпоративні підприємства, які належать домогосподарствам, тобто індивідуальна незареєстрована форма сільського туристичного бізнесу, в той час як більш ефективним є функціонування формальних інститутів партнерства. Така невідповідність між реальним та бажаним станом пояснюється значною кількістю перешкод формування підприємницького середовища у сільському туризмі.

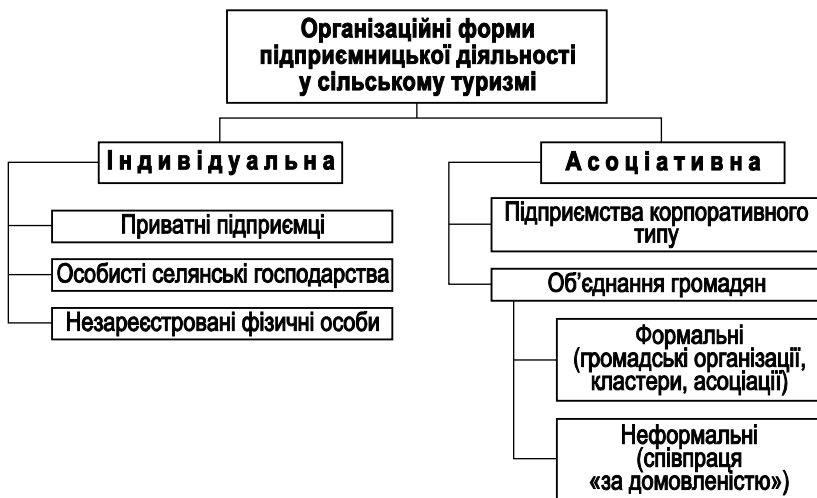


Рис. 1. Організаційні форми сільського туризму

В динаміці сільського туризму в Україні (займає близько 15% вітчизняного туристичного ринку), щорічне збільшення попиту і пропозиції. Основними інструментами промоції та продажу сільського туризму є особисті контакти та постійні клієнти, прямий продаж, мережа Internet та туристичні фірми. Чинний організаційно-управлінський механізм у сфері сільського туризму в Україні не має цілісності. Суб'єкти та об'єкти управління не пов'язані між собою системою зв'язків (або має місце їх фрагментарний характер). Відсутня система нормативно-правового, організаційного, фінансового та інформаційного забезпечення. Розвиток сільського туристичного руху в Україні іде «знизу» – на рівні приватної ініціативи й іноді місцевої або регіональної влади – при відсутності координації «зверху» – відповідної державної політики і підтримки.

У цілому в Україні існують сприятливі умови для розвитку сільського туризму практично в усіх регіонах. Зокрема встановлено, що Житомирська область володіє

такими важливими передумовами розвитку даного виду підприємництва, як: зосередженість 50% житлового фонду у сільській місцевості, на якій проживає 43,2% населення; високій рівень безробіття та низький рівень доходів у сільській місцевості; територіальна близькість до столиці та розгалужена мережа транспортних, у т.ч. міжнародних, коридорів; наявність унікальних природних, суспільно-історичних та інших туристсько-рекреаційних ресурсів; збереженість традиційних народних промыслів тощо.

Запропоновано ряд кількісних та якісних показників (групи економічних показників, привабливості дестинації, туристського навантаження, планування, мотивації, контролю та екологічності). Їх дослідження на прикладі окремих некорпоративних підприємств показало, що сільський туризм може зробити значний внесок у розвиток сільських територій: урізноманітнити місцеву економіку, відкрити нові ринки для місцевих товарів та послуг, забезпечити нові джерела доходу для працівників сільського господарства та безробітних. Туризм може бути «додатковим урожаем» в сільській місцевості, змінюючи баланс між первинним (сільське господарство) і третинним сектором (сфера послуг), а також принести соціальну та культурну користь сільським регіонам.

Оскільки на сучасному етапі в Житомирській області, як і в Україні в цілому, на ринку сільського туризму домінують ринкові некорпоративні підприємства неформального сектору (переважно незареєстрована, додаткова до сільського господарства діяльність або самозайнятість сільського населення), випуск яких не враховується за допомогою регулярних статистичних спостережень, то розрахунок обсягів їх діяльності здійснювався за методикою економіки, що безпосередньо не спостерігається. Обсяг реалізованої продукції на одного зайнятого у сфері основних послуг (короткотермінового розміщення та надання готових страв і

напоїв) у понад 2,2 рази перевищує аналогічний показник у сільському, лісовому господарстві та мисливстві, які є традиційними для села. У зв'язку з тим, що більшість підприємців у сільському туризмі не зареєстровані, а ті, що зареєстровані, перебувають на спрощеній системі оподаткування (сплачують єдиний податок незалежно від обсягів наданих послуг), для цих суб'єктів не вимагається ведення обліку витрат господарської діяльності. Але, не зважаючи на існуючі проблеми, сільський туризм набуває дедалі більшого значення для аграрного сектора економіки. Актуальним завданням є формування підприємницького середовища та використання організаційно-економічних механізмів його підтримки і розвитку.

Важливим аспектом у формуванні сприятливого для туризму середовища є стимулювання підприємницької активності. Це потребує поєднання зусиль та ресурсів підприємницьких структур, громадськості та влади. Організаційно-економічний механізм управління та розвитку сільського туризму повинен відображати мікро- та макроекономічні процеси в єдності та взаємодії, а також інтереси основних агентів регіонального (місцевого) туризму – підприємців, держави, регіонів, інституцій, споживачів. Враховуючи особливості та проблеми у сфері сільського туризму, а також недосконалість підприємницького середовища, ефективним інститутом партнерства всіх зацікавлених суб'єктів має стати створення туристичних кластерів. У найбільш широкому розумінні, кластери є новим способом ефективного функціонування регіональних економічних систем на основі територіально-галузевих добровільних об'єднань підприємств, органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, наукових установ і закладів освіти з метою підвищення їх конкурентноздатності й економічного розвитку.

На території Житомирської області є можливості для розвитку туристичних кластерів різного тематичного спрямування. Одним із найбільш перспективних таких об'єднань має стати запропонований етноісторичний кластер сільського туризму «Древянська земля» (м. Коростень). Кластер створюється і функціонує у формі некомерційного підприємства. Економічною основою діяльності об'єднання є: членські внески; спонсорська допомога; кошти від грантів; кошти Державної служби зайнятості (проведення семінарів з навчання основам сільського туризму, одноразова допомога на започаткування підприємницької справи); кошти на виконання відповідних державних та регіональних програм. Згідно з потребами носіїв інтересів, запропонована нами структура організаційно-економічного механізму має включати декілька основних рівнів (рис. 2).

Кластер сільського туризму має реальні можливості стати генератором розвитку ряду інших сфер економіки регіону, і в першу чергу, агропромислового комплексу, народних промислів, інформаційно-навчального сектору, транспортної і будівельної індустрії тощо. Він створює підґрунтя для структуризації економічних відносин у сільському туризмі, стати концентратором інтересу для інвесторів та приватного сектору, що забезпечить значні синергетичні ефекти, розвиваючи сільську економіку та підвищуючи якість життя населення.

В умовах недостатньо сформованого підприємницького середовища сільської туристичної діяльності важливим інститутом поєднання інтересів територіальних громад, бізнесу, органів виконавчої влади, наукових установ, освітніх закладів, а також підвищення конкурентоспроможності сільського туризму в регіоні має стати кластерна модель розвитку. Запропонований організаційно-економічний механізм етноісторичного кластеру сільського туризму

«Древлянська земля» дозволяє реалізовувати підприємницькі ініціативи визначених учасників.

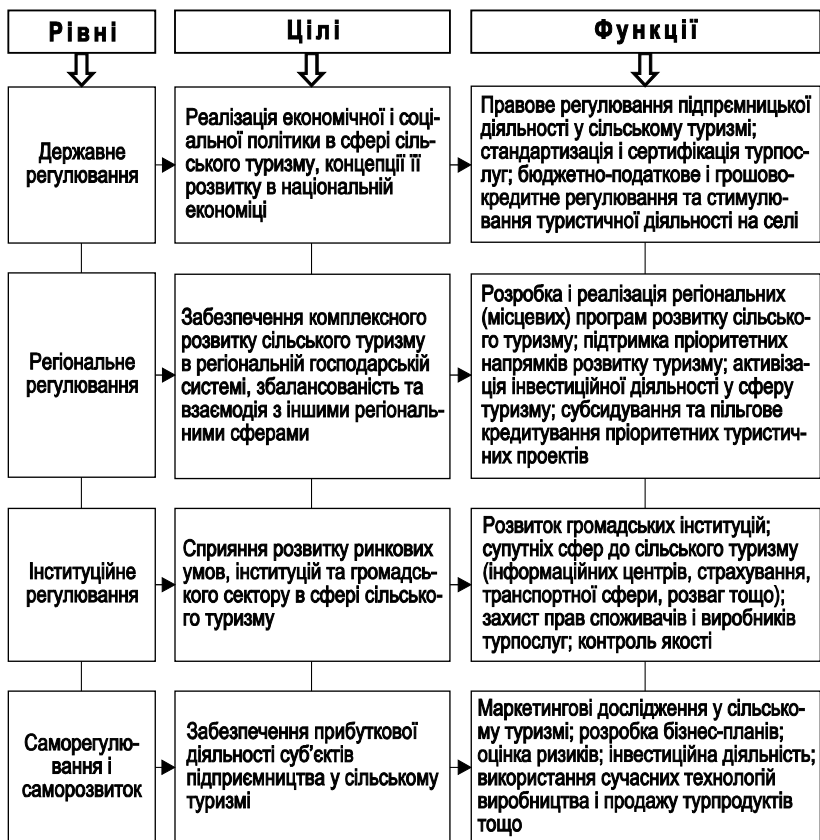


Рис. 2. Функціонально-цільова структура організаційно-економічного механізму розвитку сільського туризму

Стратегія партнерства та спільна діяльність через кластерні інституції має стати ключовим фактором реалізації туристсько-рекреаційного потенціалу аграрних регіонів, а також важливим соціально-економічним кроком підтримки українського села в цілому.

Література:

1. Костриця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля»): монографія / М.М. Костриця / За наук. керівництвом і заг. ред. проф. Є.І. Ходаківського, проф. Ю.С. Цал-Цалка. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 196 с.
2. Plotnikova M. Conceptual Basis for Ukrainian Rural Development / M. Plotnikova // *Regional Formation and Development Studies*. – 2015. – №3. – P. 134-144.
3. Плотнікова М.Ф. Інноваційно-інвестиційна практика сільського розвитку як стійкої суспільно-економічної системи / М.Ф. Плотнікова // *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. – 2016, В. 17, Ч. 3. – С. 50–54.
4. Плотнікова М.Ф. Соціократія як інструмент управління розвитком сільських територій / М. Ф. Плотнікова // *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія Економічні науки*. – 2016. – №1. – С. 141–152.
5. Плотнікова М.Ф. Total community – механізм управління розвитком сільських поселень / М. Ф. Плотнікова // *Інтелект XXI*. – 2016. – № 5. – С. 106–110.
6. Ходаківський Є.І. Формування системи розвитку сільських територій на засадах підприємництва, саморегулювання та державного управління / Є.І. Ходаківський, Т.М. Ратошнюк, Л.Л. Капітула, М.Ф. Плотнікова // *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. – 2016. – № 25. – С. 158–170.
7. Ходаківський Є.І. Теоретико-методологічні засади формування науково-освітнього напрямку «Публічне управління та адміністрування» / Є.І. Ходаківський, В.П. Якобчук, І.Л. Литвинчук, М.Ф. Плотнікова, Л.Л. Капітула // *Вісник ЖНАЕУ*. – 2016. – № 2 (57), Т. 2. – С. 32–42.
8. Плотнікова М.Ф. Еволюційно-інноваційний характер розвитку сільських територій / М.Ф. Плотнікова // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. – 2014. – № 6, Ч. 2. – С. 35–38.
9. Плотнікова М.Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / М. Ф. Плотнікова, О. Ф. Присяжнюк // *Наук. пр.*

Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

10. Плотнікова М.Ф. Конкурентна стратегія розвитку аграрних формувань / М.Ф. Плотнікова // Наук. вісн. Львів. нац. ун-ту вет. медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. – 2007. – № 1. – С. 37–44.

Хумарова Н.І.

д.е.н., старший науковий співробітник,
головний науковий співробітник відділу
економічного регулювання природокористування,
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАН України (м. Одеса),
вчений секретар Одеського обласного правління
Спілки економістів України

Дишкантюк О.В.

канд. техн. наук, доцент,
декан факультету Інноваційних технологій харчування,
ресторанно-готельного і туристичного бізнесу,
Одеська національна академія харчових технологій (м. Одеса)

ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ ТА РЕКРЕАЦІЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ

Протягом всього періоду розвитку продуктивних сил, що визначають систему базових та надбудовних економічних відносин змінювалися пріоритети виробництва – від простого забезпечення предметами першої необхідності та сировиною до бажання людей щодо отримання вражень й задоволення від споживання товарів та послуг. Насичення суспільства різними товарами в більшості однакової якості та ціни (європейські стандарти якості продуктів харчування обов'язкові для всіх країн союзу) не тільки однієї держави, але й рівних по економічному розвитку країн веде суспільство до нових пріоритетів – це одержання вражень від отриманих послуг у різноманітних сферах діяльності людства, в т.ч. послуг гостинності.

Надання послуг в різних галузях економіки та суспільного відтворення розвивається швидкими темпами. Багатогранний спектр послуг охоплює всі сфери життя людини. Послуги підрозділяються на матеріальні та нематеріальні, побутові, житлово-комунальні, охорони здоров'я, освіти, культури, торгівлі, транспорту та зв'язку,

туризму, розміщення, розваг тощо. Широка варіантність самих послуг та суб'єктів їх надання особливо яскраво проявляється у рекреаційно-туристичній сфері, звертаючись до якої споживачі очікують позитивних вражень. Адже у період отримання цих послуг та контакту з суб'єктами їх надання, люди знаходяться на відпочинку, у відпустці, змінюють місце перебування та бажають отримувати від цього позитивні емоції.

Гостинність загалом, це не тільки привітність, доброзичливість, тобто категорія, яка базується на морально-етичних нормах та культурних традиціях народу, а ще й це економічні відносини, що виникають між людьми у різних сферах діяльності, у тому числі у рекреаційно-туристичній. З позицій економічної категорії це поняття практично не розглядається тому, що вважається, що гостинність (посмішка, доброзичливість і т.ін.) нічого не варта. В роботі А.І. Мартієнко та О.В. Дишкантюк визначається, що для реалізації дії гостинності на практиці недостатньо тільки доброго відношення до людей, необхідно забезпечення гостинності ресурсами, які допоможуть підвищити якість та позитивні враження від одержання її послуг. Тому автори обґрунтовують необхідність розвинення поняття гостинності не тільки як привітності, доброзичливості, а ще й як діяльності, що потребує забезпечення необхідними матеріальними, фінансовими, трудовими, інформаційно-комунікаційними, природними ресурсам, а також підприємницькими здібностями тих, хто організує та здійснює послуги гостинності. Гостинність, як досить широке поняття, потребує доповнення ще й як діяльність таких секторів економіки, що спрямована на одержання послуг гостинності різноманітними суб'єктами економіки. Гостинність – це система економічних, соціально-економічних та економіко-екологічних відносин, що

складаються у суспільстві з приводу виробництва продукту гостинності, його розподілу, обміну та споживання [1, с. 75].

Поняття гостинність складається з вражень та будується на соціальній і економічній еволюції потреб суспільства, що визначають напрям розвитку соціально-економічних систем в глобальному просторі. Гостинність – враження та емоції – є складовою частиною якості життя, що яскраво проявляються у сфері туризму та рекреації.

Система «гостинність – туризм й рекреація – враження» має розглядатися як можливість виникнення нових потреб суспільства у придбанні вражень, що забезпечуються товарами та послугами в процесі їх виробництва, обміну та споживання. Товари та послуги, що виробляються для системи «гостинність – туризм й рекреація – враження» об'єднані логістичними зв'язками і не можуть існувати окремо. Логістичний ланцюг у системі «гостинність – туризм й рекреація – враження» це впорядкована множина суб'єктів логістичного процесу, що виробляють товари для надання послуг, доводять товар до суб'єктів надання послуг, які надають кінцеві послуги споживачам туристично-рекреаційної сфери (рис. 1).

На сучасному етапі розвитку продуктивних сил послуги звичайного обслуговування автоматизовано і вони сприймаються як стандартний процес, при цьому людей більше цікавлять послуги, від яких вони отримують задоволення та враження. У випадку, коли послуги звичайного обслуговування не відповідають стандарту (по якості та кількості), то враження від них, а відповідно й від гостинності, буде низьким. На нашу думку, враження складаються зі звичайного комплексу послуг (першого рівня) та зі специфічного обслуговування (другого рівня). Методологічно обґрунтовано, що гостинність – це враження, які одержують люди від послуг першого та другого рівнів, що поділяються на проміжні та кінцеві, та формують продукт

гостинності. До проміжного рівня належать одиничні послуги, які не потребують комплекс взаємопов'язаних послуг, об'єднаних у логістичний ланцюг. Одним з критеріїв розподілу послуг за рівнями є яскравість загального враження від одержання послуги [2, с. 5-6].

Ознаками, що справляють яскраві враження і визначають якість продукту, який створюється у системі «гостинність – туризм й рекреація – враження» можна вважати такі:

- сукупність проміжних послуг в межах інфраструктурних секторів туризму та рекреації, або між ними, які формують кінцевий продукт гостинності та мають визначений ваговий коефіцієнт;

- сприйняття позитивно продукту гостинності при певному комплексі послуг туризму та рекреації, з яскравими враженнями (це є основним фактором, що визначає гостинність);

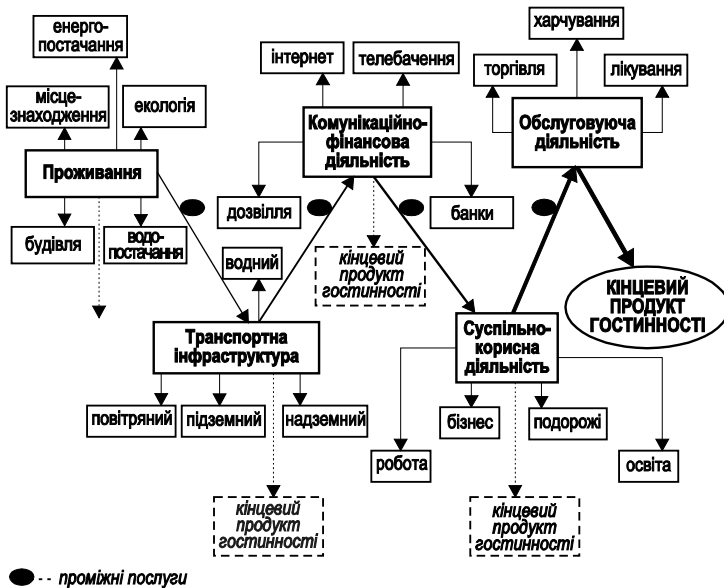


Рис. 1 Схема логістичного ланцюга створення кінцевого продукту гостинності [2, с. 6]

- відсутність гостинності при неякісному наданні послуг розміщення, годування, розваг, лікування, відпочинку, що складають у комплексі продукт гостинності у сфері туризму та рекреації, або обмеження у їх отриманні;

- врахування дії граничної корисності на враження від одержання послуг рекреації та туризму, які будуть зменшуватись в залежності від обсягів та асортименту їх надання.

Послуги системи «гостинність – туризм й рекреація – враження» мають справляти на людей яскраві враження від сервісу, тому що за цими послугами люди їдуть на тимчасове або постійне перебування. На нашу думку, *продукт гостинності* в рекреаційно-туристичній сфері – це комплексний (сукупний) набір послуг, зв'язаних між собою логістичним ланцюгом, що об'єднує певний набір проміжних послуг різних інфраструктурних секторів (або в межах окремого сектору) в результаті якого одержують продукт гостинності. Від довжини логістичного ланцюга одержання кінцевого продукту гостинності в сфері рекреації та туризму залежить яскравість вражень, що одержують споживачі.

Так, наприклад, суб'єкти ділового туризму будуть оцінювати забезпечення комплексу послуг, що включають зручність транспортування, розміщення, харчування, облаштування місць ділових зустрічей та максимальний набір сучасних телекомунікаційних систем. В той же час враження, які формуються у споживачів, широко затребуваного сьогодні, сільського туризму можна представити за такими категоріями вражень як: *відпочинок*; *пізнавально-освітній туризм*; туризм як *театралізоване дійство*, в якому турист бере безпосередню участь.

Відповідно враження від *відпочинку* – це чисте повітря, незаймана природа, неквапливий побут, тиша, натуральні продукти. Однак даний вид відпочинку жорстко персоніфікований для певного кола споживачів, для яких враження від нього будуть високі. Туристи готові будуть платити високу ціну за можливість побути на самоті, сам на сам із природою. В першу чергу, вони купують можливість і час спілкування з природою, при цьому витрати на їжу, зупинка на ночівлю для таких туристів вторинні і можуть входити в вартість можливості знаходитися на природі.

Пізнавально-освітній сільський туризм – дає можливість споживачу поряд з враженнями від відпочинку, ще й вивчити місцевий побут (випікати хліб, готувати незвичні страви, вишивати тканини...), народні танці, художні промисли, фольклор краю, іноземні мови тощо. Спеціально розроблені навчальні майстер-класи припускають участь туристів у повному процесі виробництва хліба, вина, олії, охоплюють безліч стадій просування сировини до готового продукту. В даному випадку основу ціни за туристичні послуги становитиме плата за можливість навчитися, отримати розвиток, пізнати щось незвично нове.

Самим повним, яскравим враженням від сільського туризму є участь споживача у *театралізованому дійстві* – перетворення послуги відпочинку, навчання, пізнання в театральну постановку, або реконструкцію події, в якій є сценарій і персонал-виконавці. Театралізація включає: наявність сценарію (головної теми), створення позитивних та відсутність негативних емоцій, пропозиція сувенірів як символів цінності спогадів, тобто включення у людини усіх п'яти органів почуттів. Кожен раз у сільській садибі може розгортатись чарівне дійство, що перетворює туристів зі звичайних спостерігачів на повноправних учасників події.

В умовах сучасних змін в економіці, переходу від виробництва товарів й послуг до вражень та емоцій, які вони

надають покупцям, ми переходимо до нової економіки – економіки вражень. Економіка нових та більш емоційних вражень, в першу чергу, пов'язана зі сферою гостинності, невід'ємною частиною якої є туризм та рекреація, в той же час враження одержуються від проміжних послуг, що пов'язані із діяльністю інших секторів національного господарства. На нашу думку, економічне визначення гостинності полягає у тому, що це набір послуг, які надаються, товарів, що необхідні для їх надання, та враження, що отримують споживачі від одержання цих послуг. Враження базуються на якості, ціні, організаційних і морально-етичних, культурних та екологічних умовах обслуговування. Рівень гостинності вимірюється всією системою суспільних відносин у виробництві, розподілі, обміні, споживанні виробленої послуги або товару для її надання.

Невід'ємною частиною гостинності є природні умови і якість природних ресурсів, що використовуються в сфері рекреації та туризму, від стану яких залежать враження гостей, що приїжджають на відпочинок, лікування тощо [3].

Активне впровадження екологічно чистого виробництва товарів та послуг в гостинності обумовлено такими тенденціями як підвищення інформованості споживачів за допомогою екологічного маркування товарів, що забезпечують комфортне перебування туристів, стандартизація екологічної якості навколишнього природного середовища та природних ресурсів, що використовуються в рекреаційно-туристичній діяльності, тощо [4].

Зараз, коли викиди забруднюючих речовин в атмосферу, водні об'єкти, накопичення та розміщення відходів складають чималі обсяги, на разі постають питання впровадження механізмів екологізації, як безпосередньо у туристичній

діяльності, так й у супутніх секторах економіки, що відіграє особливо важливу роль у формуванні позитивних вражень.

Значне екологічне навантаження на навколишнє середовище здійснює транспорт, який забезпечує доставку суб'єкта-гостя (місцевого населення та туристів) до місця призначення, і його пересування в межах перебування. Також транспортна інфраструктура використовується для доставки продуктів і інших необхідних товарів, які забезпечують життєдіяльність, відпочинок і розваги суб'єктів рекреаційно-туристичної сфери. У загазованих регіонах рекреаційні можливості екосистем різко знижуються, що негативно впливає на бажання туристів повторного відвідування даної території.

У зв'язку з цим актуальними є питання екологізації діяльності усіх секторів економіки, які розташовані у рекреаційних регіонах, територіях, прибережних, паркових, природно-заповідних зонах, що забезпечується встановленням регіональних (більш жорстких) нормативів викидів, скидів забруднюючих речовин та розміщення відходів у навколишньому середовищі; плати за нормативні і наднормативні обсяги забруднення; організаційно-економічного механізму використання екологічних платежів.

Наглядно це може бути проілюстровано на прикладі основних забруднювачів водних об'єктів, зокрема діяльності підприємств житлово-комунального господарства, морського та річкового транспорту, так як їх функціонування нерозривно пов'язане з місцями рекреації та відпочинку, розваги та оздоровлення суб'єктів, а також діяльності рекреаційно-туристичних об'єктів. При нанесенні шкоди водним об'єктам стягується плата, яка спрямовується до місцевих бюджетів, проте безпосередньо на компенсацію завданої шкоди якості природних об'єктів рекреаційно-туристичної сфери кошти не спрямовуються, це призводить до погіршення стану водного середовища, збільшення

негативних вражень та зменшення потоку гостей, а також призводить до збитків санаторіїв, курортів, будинків відпочинку тощо [5, с. 122].

Висновки. Таким чином, для підвищення ефективності економіки вражень необхідна розробка організаційно-економічного, фінансового і правового механізмів її функціонування. В основу планування розвитку економіки вражень повинно бути покладено: раціональне розміщення продуктивних сил регіону з урахуванням рекреаційних, історичних, етнічних особливостей території, створення відповідних інфраструктурних секторів, що забезпечують рекреаційно-туристичну сферу комфортними готелями, ресторанами, зонами відпочинку, зменшення негативного впливу на природні рекреаційні ресурси. Специфіка підприємств рекреаційно-туристичної сфери полягає в тому, що їх діяльність спрямована на збільшення і поліпшення якості споживчих послуг, отримання синергетичного ефекту від їх взаємодії, що формує умови розвитку економіки вражень.

В умовах зміни суспільного світогляду та переходу до нових моделей економічного розвитку із акцентом на соціальну та емоційну складову, відбувається трансформація від простого отримання товару або послуги – до вражені та емоцій (які отримує споживач), формується нова економіка – економіка вражень, що безпосередньо пов'язана із враженнями від продукту рекреаційно-туристичної сфери та її гостинністю.

Література:

1. Мартієнко А.І. Сутність гостинності як економічної категорії/ А.І. Мартієнко, О.В. Дишкантюк// Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2017. – № 2 (30). – С. 72-78. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>

2. Дишкантюк О.В. Економіка вражень – сучасний етап розвитку суспільного виробництва / О.В. Дишкантюк // Економіка харчової промисловості. – 2016. – Т. 8, № 4. – С. 3–9. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2016_8_4_2

3. Черчик Л. Розвиток екологічного туризму в національних природних парках Волинської області: монографія / О. Міщенко, Л. Черчик. – Луцьк : Вежа-Друк, 2016. – 164 с.

4. Хумарова Н.І. Інноваційні домінанти екологічно чистого виробництва / Н.І. Хумарова// «Екологічно чисте виробництво – основа підвищення якості продукції на товарних ринках»: матер. VIII Пленуму СЕУ та Всеукр. наук.-практ. конф. «Екологічно чисте виробництво – основа підвищення якості продукції на товарних ринках України», 19-20.09.2013 р., Рівне, НУВГП / за заг. ред. акад. АЕНУ В.В. Оскольського. – Рівне, 2013. – С. 61-73.

5. Хумарова Н.І. «Транспортная инфраструктура как составляющая «зеленой» логистики индустрии гостеприимства» // А.І. Мартиенко, Н.І. Хумарова, О.В. Дышкантюк / матер. XIX Міжнар. конф. «Развитие рынка транспортных услуг в Украине и условиях интеграции в европейскую и международную транспортны системы», 19-21.10.2016 р., Одеса, ОЧЕС. – Одеса, 2016. – с. 121-122

Цал-Цалко Ю.С.

д.е.н., професор, професор кафедри бухгалтерського обліку,
оподаткування та аудиту Житомирського національного
агроекологічного університету,
голова Житомирського обласного правління
Спілки економістів України

Мороз Ю.Ю.

д.е.н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку,
оподаткування та аудиту Житомирського національного
агроекологічного університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: ОБЛІК, АУДИТ, КОНТРОЛЬ, СТАТИСТИКА

70 сесія генеральної Асамблеї ООН оголосила 2017 р. Міжнародним роком сталого розвитку туризму. У резолюції з цього приводу наголошується на важливості туризму, потреби кращого взаєморозуміння між народами та поваги до культурних цінностей в усьому світі, що в загальному має сприяти зміцненню миру на планеті.

Міжнародний рік сталого туризму – це унікальна можливість для значного внеску туристичного сектора в загальний сталий розвиток, включаючи його економічну, соціальну та екологічну складові, а також для підвищення обізнаності про справжні розміри цього сектора, що часто недооцінюється [1].

Згідно з даними ООН, щорічно більше 1,2 млрд людей здійснюють подорожі в інші країни. Завдяки цьому туризм став провідним сектором економіки, на частку якого припадає 10% в глобального ВВП і 7% загального світового експорту. У резолюції ООН окремо наголошується, що добре продумана та керована індустрія туризму сприяє створенню робочих місць, розвитку торгівлі і прискоренню всебічного сталого розвитку кожної країни, регіонів і територіальних громад.

Оскільки туризм пов'язаний з більш як 50 видами економічної діяльності, його розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, 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.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму [2] з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 р. є збільшення: кількості іноземних туристів у 2,5 рази (32,3 млн осіб); кількості суб'єктів туристичної діяльності у 5 разів (34,0 тис. одиниць); обсягів надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору у 10 разів (371,0 млн грн); обсягів надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності у 10 разів (17,1 млрд грн); кількості робочих місць у сфері туризму у 5 разів (440 тис. осіб); кількості внутрішніх туристів у 5 разів (1,8 млн осіб); кількості екскурсантів у 2,5 рази (313,8 тис. осіб); витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд грн; обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму до 6,6 млрд грн.

Наведені дані опосередковано свідчать, що вітчизняним підприємствам в сфері туристичної діяльності необхідно створити привабливий конкурентоздатний та якісний туристичний продукт.

В українському законодавстві туристичний продукт визначається як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги

з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [3].

Специфіка туристичного продукту потребує особливої уваги при побудові системи інформаційного забезпечення якісної туристичної діяльності. До такої специфіки відноситься те, що він:

- складається з переліку послуг, направлених на задоволення потреб подорожуючих;

- наділений більш унікальними властивостями порівняно з іншими продуктами, адже при його створенні виробник зазвичай використовує послуги багатьох, переважно не пов'язаних між собою суб'єктів;

- має чітко встановлені просторові та часові рамки вжитку.

Враховуючи вищезазначене, для туристичних підприємств є недостатнім створення унікального продукту для приваблення споживачів, адже він початково є унікальним [4], а дуже важливо забезпечити його якість та формування доданої вартості. Необхідно також враховувати комплексність туристичного продукту, адже негативне до нього ставлення може формуватися під впливом будь-якої його складової. Потрібно чітко визначати, який елемент туристичного продукту потребує доопрацювання в першу чергу. Слід також налагодити міжсуб'єктну координацію, котра дасть змогу [5, с. 356]:

- удосконалити існуючу клієнтську базу за допомогою використання інформації стосовно уподобань споживачів, на основі яких буде удосконалено туристичний продукт, щоб він став більш привабливим;

- визначити сутнісні детермінанти споживчої поведінки та оцінити якість змін, що відбулися, на рівні певних сегментів споживачів.

Для комплексного вирішення всіх питань щодо забезпечення контролю за якістю туристичних послуг

необхідна інформаційна система з показників обліку, аудиту і статистики.

Місце системи обліку в забезпеченні якості туристичних послуг може бути визначене створеними показниками, які характеризують фінансову надійність туристичних операторів, туристичних агентів та інших суб'єктів підприємницької діяльності в сфері туризму.

Серед системи таких показників бухгалтерський облік надає інформацію про створену додану вартість, платоспроможність, величину власного капіталу і рівень автономності, щодо суб'єктів туристичної діяльності.

Додана вартість буде характеризувати вартість робочої сили суб'єктів господарювання в сфері туризму, їх податковий потенціал та інвестиційні можливості в частині відновлення активів і приросту майна за рахунок чистого прибутку.

Платоспроможність туристичних операторів і агентів повинна характеризуватися повною відповідністю наявних грошових коштів величині заборгованості перед туристами за невиконані послуги до завершення терміну їх виконання за умовами договорів. Дохід туроператорів і турагентів повинен формуватися шляхом відображення платежів туристів через рахунок 69 «Доходи майбутніх періодів», і тільки після виконання умов договору на рахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг».

На величину власного капіталу туристичних операторів необхідно поширити вимогу щодо його мінімального розміру на рівні статутного капіталу, який передбачається для акціонерних товариств (1250 мінімальних заробітних плат – 4 млн грн) з можливим урахуванням наявного гарантійного фінансового забезпечення діяльності.

Рівень фінансової стійкості суб'єктів господарювання в сфері туризму повинен бути на рівні не менше коефіцієнта

1,0 щодо відношення власного капіталу і зобов'язань за балансом.

Для аналізу діяльності туроператорів і тур агентів необхідно внести зміни до формування показників розділу І «Загальні економічні показники» в статистичній звітності за формою «Звіт про туристичну діяльність» №1 – туризм (наказ Держкомстату України від 30.11.2012 р. №498).

Загалом така система показників сприятиме чіткому контролю за діяльністю турагентів та туроператорів, дозволить проводити аналіз прибутковості і конкурентоспроможності турпродукту та визначати положення на ринку окремих суб'єктів туристичної діяльності у конкретних територіальних громадах, регіонах та в країні в цілому.

Впровадження нових показників через систему бухгалтерського обліку дозволить розкрити більше реальної інформації про туроператорів і турагентів та вивести туристичну галузь з тіні.

Створення сучасного конкурентоспроможного ринку туристичного продукту в Україні стримується, перш за все, низькою якістю туристичних послуг, які пропонуються суб'єктами туристичної діяльності.

Одним із напрямів розв'язання цієї проблеми є удосконалення механізмів державного контролю в сфері туризму, здійснення якого передбачено діючим законодавством. Нормами ст.29 Закону України «Про туризм» встановлено два об'єкта контролю державних органів з питань туристичної діяльності – якість туристичних послуг та дотримання ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності.

Проте, спеціальний нормативно-правовий акт з цього питання, яким було регламентовано механізми реалізації норм закону щодо здійснення контролю, втратив чинність у 2016 р. В даний час в сфері туризму діють тільки загальні

засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, в яких відсутні спеціальні важелі впливу на процес формування та споживання туристичного продукту.

Насправді, порядок проведення державного контролю якості надаваних (наданих) туристичних послуг в законодавстві України відсутній. Але вирішення цього питання пов'язано не тільки з недосконалістю законодавчого забезпечення процедурних питань. Воно потребує, перш за все, подальших теоретичних досліджень щодо розробки критеріїв оцінки якості туристичних послуг, техніки проведення моніторингу якості із застосуванням останніх.

Механізми здійснення контролю, які передбачено законодавством в туристичній сфері, не відповідають сучасним вимогам щодо державного контролю та пріоритетних напрямів розвитку туризму, визначених державою. Це стосується підстав проведення планового та позапланового контролю, строків його проведення, прав та обов'язків контролюючого органу та суб'єктів туристичної діяльності, процедур притягнення до відповідальності останніх.

На контроль якості туристичного продукту впливають не лише його особливості, а й специфіка діяльності окремих суб'єктів туристичної діяльності.

Враховуючи умовний поділ суб'єктів туристичної діяльності, а також основні відмінності між окремими суб'єктами такої діяльності, можуть мати місце два прояви впливу на якість туристичного продукту:

- 1) прямий вплив, що здійснюють суб'єкти, котрі безпосередньо надають послуги, що входять до складу туристичного продукту;

- 2) опосередкований вплив, що здійснюють туристичні оператори, за рахунок відбору та компонування послуг посередників.

Ст. 20 Закону України «Про туризм» визначає необхідність відповідності якості туристичного продукту умовам укладеного договору.

Одним з способів реалізації контролю якості туристичних послуг є здійснення контролю договірною процесу за наступними напрямками:

1) у туристичного оператора: контроль договірних відносин виробниками туристичних послуг (готелями, перевізниками тощо) та контроль договірних відносин з туристичними агентами і споживачами туристичних послуг;

2) у туристичного агента: контроль договірних відносин з туристичними операторами та контроль договірних відносин зі споживачами туристичних ваучерів.

При цьому, необхідно враховувати специфіку туристичного продукту (комплексність, вузькі просторові та часові рамки, початкове наділення унікальними властивостями порівняно з іншими продуктами) та діяльності туристичних операторів та туристичних агентів. Це обумовлюється тим, що постачальник значної частини туристичних послуг, що входять до складу туристичного продукту не співпадає з особою, котра реалізує зазначений продукт споживачеві, внаслідок чого значно обмежується можливість.

Туроператор і турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен мати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом.

Проте, низку застережень викликає визначений в законодавстві мінімальний розмір фінансового забезпечення суб'єктів господарювання на ринку туристичних послуг. Зокрема, фінансове забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро, а за умови, якщо він надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму – не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

Для відшкодування збитків, заподіяних туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, визначені законодавством суми фінансового забезпечення дуже незначні та не можуть гарантувати повернення витрат, понесених споживачами туристичних послуг та можливої моральної шкоди. Існують певні застереження і щодо суб'єктів-гарантів фінансового забезпечення, особливо інших кредитних установ.

Важливим інструментом контролю якості туристичних послуг повинен стати аудит, який може забезпечити попередження можливих ризиків туристичної діяльності за наступними напрямками:

- виробничий ризик, тобто вірогідність втрат, пов'язаних з асортиментом і якістю надання туристичних послуг і можливістю незадоволення споживачів послугами, які пропонує їм туристична галузь;

- діловий ризик, тобто вірогідність втрат, пов'язаних з чинниками, що визначають умови ведення туристичного бізнесу;

- операційний ризик, тобто вірогідність втрат, пов'язаних з негативними подіями у внутрішньому середовищі туристичного бізнесу;

- ризик контрагента, тобто вірогідність втрат, пов'язаних з порушенням зобов'язань контрагентами туристичної галузі;

- ринковий ризик, тобто вірогідність втрат, пов'язаних зі зміною тарифів і ставок на товарних, фінансових і фондових ринках;

- ризики ліквідності, тобто вірогідність втрат, пов'язаних з неузгодженістю між грошовими потоками у туристичному бізнесі та економіці загалом;

- ризик банкрутства, тобто ризик невиконання туристичним об'єктом своїх боргових зобов'язань.

З метою визначення вагомості туризму для національної економіки, обсягів туристичного споживання, економічної ефективності суб'єктів туристичної діяльності для держави та забезпечення якості туристичних послуг необхідно формувати статистичну інформацію щодо туризму в системі сателітних рахунків.

Система сателітних рахунків дає змогу оцінити внесок туризму в економіку країни, звести воедино безліч показників і зрозуміти зокрема, яка складова туризму у валовому продукті країни.

У сателітних рахунках враховується все: не лише розміщення туриста, а й його витрати у магазинах, таксі, ресторанах, музеях і навіть сільськогосподарська продукція, яка вирощується спеціально з розрахунку на туристів.

За Міжнародними рекомендаціями сателітні рахунки туризму повинні передбачати [6]:

- макроекономічні агрегати, які описують розмір і прямий економічний внесок туризму у ВВП, відповідно до аналогічних агрегатів як для економіки в цілому, так і для інших видів економічної діяльності та галузей, що представляють інтерес;

- докладні дані про туристичне споживання, представлене в розширеній концепції, яка описує діяльність туристів як споживачів, і так само джерела задоволення туристичного попиту за рахунок внутрішньої пропозиції та імпорту;

- докладні рахунки виробництва туристичної індустрії, включаючи дані про зайнятість, взаємозв'язок з іншими видами економічної діяльності та валового нагромадження основного капіталу;

- зв'язок між економічними даними і нематеріальною інформацією про туризм – число поїздок (відвідувань), тривалість перебування, мета поїздки, види транспорту тощо.

В даний час в Україні методологічна основа національної статистики туризму забезпечується окремими нормативними документами [7; 8].

Разом з тим, зазначені положення не надають можливості повною мірою встановити прямий внесок туристичної галузі в економіку, узгодити статистику туризму зі статистикою інших видів економічної діяльності на підставі внутрішніх взаємозв'язків сателітного рахунку туризму, системи національних рахунків та платіжного балансу, визначити обсяги та структуру споживчих витрат, зумовлених туристичною діяльністю.

Перехід статистики туризму на міжнародні принципи було передбачено Кабінетом Міністрів України ще в Розпорядженні прийнятому у 2008 р., відповідно до якого необхідно було розробити до 2012 р. методологію складання допоміжних соціальних рахунків, зокрема сателітного рахунку туризму [9].

Верховна Рада України з метою виконання глави 16 «Туризм» Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію гармонізації законодавства України у сфері туризму із законодавством Європейського Союзу доручала Міністерству економічного розвитку і торгівлі України протягом 2016–2017 років спільно з Державною службою статистики України впровадити рекомендовану Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) систему сателітних рахунків у сфері туризму, яка дає змогу визначити реальний внесок держави та окремих регіонів у розвиток туристичної індустрії [10].

Впровадження сателітних рахунків в сфері туризму було передбачено і в Плані заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014–2017 роки [11].

Кабінет Міністрів України вже в березні 2017 р. знову визначив, що одним з основних напрямів реалізації стратегії туризму в Україні є приведення у відповідність з міжнародними вимогами методів статистики у сфері туризму та курортів і впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітних рахунків і передбачено її впровадження до 2026 р. [2].

Проте, станом на серпень місяць 2017 р. зазначена методологія не була створена, а продовжують діяти лише окремі накази Держкомстату України [7; 8].

Отже, вивчення окремих особливостей діяльності туристичних операторів та туристичних агентів дозволяє дійти висновку про можливість використання інформаційних ресурсів обліку, контролю, аудиту і статистики при оцінюванні якості реалізованого туристичного продукту. При цьому, необхідно враховувати специфіку туристичного продукту (комплексність, вузькі просторові та часові рамки, початкове наділення унікальними властивостями порівняно з іншими продуктами) та діяльності туристичних операторів та туристичних агентів. Це обумовлюється тим, що постачальник значної частини туристичних послуг, що входять до складу туристичного продукту не співпадає з особою, котра реалізує зазначений продукт споживачеві, внаслідок чого значно обмежується можливість туристичного оператора (агента) контролювати якість туристичного продукту.

Література:

1. ООН оголосила 2017 рік міжнародним роком сталого розвитку туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb>
2. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р.
3. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР.
4. Денисенко А.В. Контроль якості туристичного продукту як необхідна передумова забезпечення ефективності діяльності туристичних підприємств / А.В. Денисенко // Міжнародний науково-виробничий журнал. – № 2. – 2013. – С. 317-320.
5. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: [монографія] / М.Г. Бойко. – Київ: КНТЕУ, 2010. – 523 с.
6. Горіна Г.О. Проблематика впровадження методології супутникових рахунків індустрії туризму / Г.О. Горіна // Актуальні проблеми економіки. – № 11. – 2015. – С. 380 – 384.
7. Методологічні положення зі статистики туризму: Наказ Державного комітету статистики України від 23.12.2011 р. № 372.
8. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003 р. № 142/394.
9. Стратегія розвитку державної статистики України на період до 2012 р.: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 05.11.2008 р. №1413-р.
10. Рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України»: Постанова Верховної Ради України від 13.07.2016 р. № 1460-VIII.
11. План заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014–2017 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.09.2014 р. №847-р.

Шамілов В.І.
к.е.н., президент Запорізької
торгово-промислової палати,
голова Запорізького обласного Правління
Спілки економістів України

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ТА СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Світові тенденції свідчать, що протягом останніх років туристична галузь продемонструвала зростання та ще раз підтвердила звання одного з найбільш стійких економічних секторів.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН, протягом чотирьох місяців 2017 р. туристичні напрямки по всьому світові прийняли 369 млн міжнародних туристів, що на 21 млн перевищує показники за аналогічний період у 2016 р. (+ 6 %). [1] Зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей: загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11%.

Як відомо, 2017 рік проголошено Генеральною Асамблеєю ООН Міжнародним роком сталого розвитку туризму. Адже добре продуманий та добре керований туризм може сприяти всім аспектам сталого розвитку, створенню робочих місць та розвитку торгівлі.

«Це унікальна можливість побудувати більш відповідальний туристичний сектор з більш активною позицією, який зможе повною мірою використовувати свій великий потенціал, поставити його на службу економічному процвітання, соціальній інклюзії, миру та взаєморозумінню, збереженню культурних цінностей та навколишнього середовища». – зазначає Генеральний секретар ВТО Талеб Ріфаї. [1]

Дійсно, сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Розробка та впровадження конкурентоспроможного національного туристичного продукту – питання на часі для України.

Не дивлячись на вигідне розташування у центрі Європи та наявність всіх умов для належного розвитку економіки за рахунок туризму, країна суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. 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 та зовнішньому туристичних ринках. [2]

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму – це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу.

Світова статистична інформація підтверджує, що одним із найперспективніших напрямків сучасного туризму є діловий туризм. Він є найприбутковішим і має величезне значення для приймаючої країни з економічної точки зору. Незалежно від економічної ситуації ділові подорожі завжди будуть актуальні, адже складно уявити розвиток бізнесу без проведення ділових переговорів з партнерами, виставок, конгресів.

Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн бізнес-турів. Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та

60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії. [3]

Діловий туризм об'єднує корпоративну тревел-індустрію (corporate travel industry) і індустрію зустрічей (MICE).

Англійська аббревіатура MICE (Meetings/incentives/conferences/exhibitions), що українською мовою перекладається як ділові зустрічі/ заохочувальні поїздки/ конференції/ виставки, найкраще передає значення поняття ділового туризму.

Одним зі світових лідерів у галузі ділового туризму є Німеччина. Визначну роль у цьому відіграє велика кількість виставок, ярмарок та конференцій, що проводяться на території країни. Зокрема, поряд із Францією, вона є лідером за кількістю виставок автомобільної спеціалізації. Близько 60% міжнародних ярмарків-виставок Європи проводяться в Німеччині, де виникло близько 20 великих ярмаркових центрів. Найстаріший з них – Лейпциг, а також Кельн, Франкфурт-на-Майні, Ганновер, Мюнхен, Дюссельдорф. Серед європейських ярмаркових центрів усі вони відрізняються високою часткою іноземних учасників. Наприклад, основними відвідувачами автовиставок Німеччини є ділові туристи з різних регіонів Німеччини, Австрії, Швейцарії, Франції. Міжнародна промислова виставка в Ганновері об'єднує відвідувачів з країн Європи та світу (США, Австралії, Канади). [4]

Щорічно у світі проводиться більше 8 тис. конгресів, виставок, конференцій, у тому числі більше 3 тис. – в Європі, переважно в Західній. Серед найбільших центрів конгресно-виставкової діяльності в Європі – Амстердам, Барселона, Брюссель, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Париж. Щороку державні та ділові особи з'їжджаються в Давос (Швейцарія) на форуми з актуальних питань розвитку світової економіки.

В Україні діловий туризм ще тільки розвивається. Системні зміни в Україні, пов'язані з процесами євроінтеграції, ще раз підтверджують необхідність створення інфраструктури ділового туризму в Україні, що може ефективно сприяти всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом.

Зокрема, утворене у кінці 2013 р. як окремий підрозділ Львівської міської ради Перше Конференц-Бюро в Україні позиціонує себе як платформа для співпраці влади та бізнес-сектору у сфері маркетингу, яка спрямована на спільну промоцію Львова як привабливого міста для проведення зустрічей, конференцій та інших заходів (MICE). [5]

Великий потенціал для успішного розвитку галузі має і Запорізька область, яка є не тільки регіоном з багатими історико-культурними туристичними ресурсами, але й розвинутим промисловим центром.

Запорізький регіон – один із найбільш технологічно розвинених регіонів України із значним науково-технічним і виробничим потенціалом. Він є провідним центром вітчизняного авіаційного двигунобудування, виробництва трансформаторів та іншої високотехнологічної продукції, яка є фірмовим брендом, маркою світового класу якості та надійності Запорізької області.

В регіоні є сучасна інфраструктура для організації ділових заходів.

У 2009 р. у Запоріжжі відкрито виставковий центр «Козак-Палац» Запорізької торгово-промислової палати. Це сучасний комплекс загальною площею більше 10 тис. кв. м та розвинутою інфраструктурою, найбільший у південно-східному регіоні України. Щорічно тут організовуються спеціалізовані конгресно-виставкові проекти, що набули статусу міжнародних: виставки «Машинобудування. Металургія», «Литво», «Композити та склопластики», «Енергоефективне будівництво», «АгроТехСервіс»,

Запорізький Міжнародний Інвестиційний Форум. У «Козак-Палац» відбуваються всеукраїнські фестивалі, спортивні змагання, шоу-програми. [6]

Щорічно з 2007 р. у Запоріжжі проходять заходи Запорізького Міжнародного Інвестиційного Форуму. Це професійний діалоговий майданчик для обговорення перспектив розвитку регіону, налагодження контактів запорізьких підприємств з потенційними партнерами та поглиблення їх співробітництва з інвесторами. Починаючи з 2011 р. у структурі Запорізького Міжнародного Інвестиційного Форуму з'являються галузеві напрямки: окремі дискусійні панелі присвячуються машинобудуванню та металургії, агросектору та енергетиці, питанням аутсорсингу та кооперації, державно-приватному партнерству, децентралізації.

Кожного року до обговорення залучаються все більше закордонних фахівців, зокрема, представники Білорусі, Болгарії, Великобританії, Німеччини, Іспанії, Литви, Нідерландів, Польщі, Фінляндії, Франції та інших країн.

У межах конгресно-виставкових заходів та у якості автономних подій у Запоріжжі, на базі Запорізької торгово-промислової палати протягом 2010–2016 років відбулися коопераційні біржі українських та австрійських, білоруських, болгарських, іракських, італійських, німецьких, турецьких, угорських, фінських, французьких бізнесменів.

Наприклад, 24 травня 2016 р., у рамках спеціалізованої виставки «Машинобудування. Металургія», у виставковому центрі «Козак-Палац» відбулася Українсько-Турецька коопераційна біржа за участю делегації турецьких компаній, що працюють у галузі машинобудування, металообробки, литва, супутніх сферах важкої промисловості, будівельного. туристичного бізнесу.

Така міжнародна конгресно-виставкова активність ще раз підтверджує високий потенціал та великі перспективи для розвитку ділового туризму у регіоні.

Особливе значення для просування туристичного продукту мають спеціалізовані туристичні виставки. Зокрема, шляхи найефективнішого використання туристичних ресурсів Запорізького регіону обговорювали під час спеціалізованої виставки туристичних послуг та товарів «Ярмарок подорожей-2017». Захід виправдав своє призначення як професійного майданчика для діалогу між фахівцями галузі, рекомендацій та успішного досвіду з розвитку туристичного бізнесу. В обговоренні брали участь представники галузі не тільки з регіонів України, але й Болгарії, Туреччини.

На разі розвиток туристичної галузі загалом та ділового туризму зокрема на всеукраїнському та регіональному рівнях повинен бути узгоджений з вимогами європейських стандартів та технічних регламентів. Адже інфраструктурна та інформаційна організація об'єктів повинна відповідати сучасним вимогам.

Бізнес-туристи, що відвідують регіон є своєрідними «послами» інформації та впливають на формування іміджу туристичного центру у них на батьківщині.

Зокрема, конференц-індустрія – це важливий сектор економіки міст, що забезпечує круглорічну активність та не має чітко вираженої сезонності, несе з собою знання, має великий вплив на розвиток інших галузей економіки, створює постійні робочі місця, сприяє оновленню міст.

Угода про Асоціацію України та Європейського Союзу, проведення в Києві та центрах обласного значення міжнародних форумів, ділових місій дають нам шанс змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

Література:

1. Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru/home>
2. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/ru/168-2017-%D1%80>
3. Титова Н.В. Економіка і менеджмент культури. –2013. – № 1. – С. 67-74.
4. Гайдук А. Туризм у Німеччині: стан і перспективи // Регіональна економіка. – 2011. № 3.
5. Lviv Convention Bureau: Розвиток конференц-індустрії у Львові. – 2016. – Режим доступу: <https://findinukraine.com.ua/events/2016.pdf>.
6. Офіційний сайт Виставкового центру «Козак-Палац». – Режим доступу: <http://www.expo.zp.ua/>
7. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К.: Знання, 2011. – 334 с.
8. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С.І. Нікітенко // Наукові праці. том 52. Вип. 39. – С. 139-143.

**ПОСТАНОВА
ОДИНАДЦЯТОГО ПЛЕНУМУ ПРАВЛІННЯ
СПІЛКИ ЕКОНОМІСТІВ УКРАЇНИ**

м. Київ
вересня 2017 р.

29

Порядок денний:

**Про перспективи, проблеми і завдання
розвитку сфери туризму і рекреації в Україні**

Заслухавши доповідь Цибуха В.І. і співдоповідь Федорченка В.К., виступи Президента Спілки економістів України Оскольського В.В. та інших учасників Пленуму Правління Спілки та обговоривши запропонований Президією Спілки проект Рекомендацій з питання порядку денного, Правління Спілки економістів України

ПОСТАНОВЛЯЄ:

1. Схвалити Рекомендації XI Пленуму Правління Спілки економістів України щодо перспектив, проблем і завдань розвитку сфери туризму і рекреації в Україні (додаються).

2. Створити окрему наукову секцію Спілки економістів України «Туризм і рекреаційні ресурси України» та призначити керівником цієї секції члена Правління Спілки Фе-дорченка Володимира Кириловича (за згодою).

3. Рекомендувати керівникам регіональних та Київського міського осередків Спілки економістів України провести конференції, семінари, круглі столи, тематичні дискусії та

тренінги з питань розвитку сталого туризму та сфери рекреації в Україні.

4. Доручити Президії Правління Спілки економістів України:

- забезпечити опублікування матеріалів Пленуму (доповідей та наукових статей учасників Пленуму і схвалених Рекомендацій) у формі окремого науково-практичного видання;

- направити матеріали Пленуму Адміністрації Президента України, Секретаріату Верховної Ради і Кабінету Міністрів України, міністерствам і відомствам, до повноважень яких належить розвиток сфери туризму і рекреації, регіональним та Київському міському осередкам Спілки економістів України до відома і використання в роботі.

Президент

*Спілки економістів України,
академік АЕН України, професор*

В.В. Оскольський

СХВАЛЕНИ
XI Пленумом Правління
Спілки економістів України
29 вересня 2017 р.

РЕКОМЕНДАЦІЇ
XI Пленуму Правління Спілки економістів України
щодо перспектив, проблем і завдань розвитку
сфери туризму і рекреації в Україні

Метою роботи чергового XI Пленуму Правління Спілки економістів України було обговорення актуальних проблем, перспектив та завдань розвитку сфери туризму і рекреації в Україні з урахуванням світового досвіду та зобов'язань України щодо імплементації законодавства ЄС в сфері туризму.

Учасники Пленуму особливу увагу приділили висвітленню місця туристично-рекреаційної галузі в економіці України та світу, аналізу стану і проблем її розвитку, зокрема в контексті реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. Значна увага під час обговорення приділялася сучасним формам реалізації проектів у сфері туризму і рекреації, зокрема в частині транскордонного співробітництва, публічно-приватного партнерства, кластеризації, створення туристично-рекреаційних зон тощо.

Окремо дискутувалися питання забезпечення соціально-економічної ефективності інвестицій у розвиток туристично-рекреаційного потенціалу країни, розвитку окремих видів туризму, зокрема сільського, комунікативного аспекту стратегій просування туристичного продукту.

Учасники Пленуму констатували визначальну роль туризму для розвитку економіки України і створення позитивного іміджу України в світі, окреслили коло проблем,

що впливають на розвиток галузі і мають бути вирішені за допомогою виваженої стратегічної політики, державної підтримки, сприяння місцевих громад і ефективного регіонального брендингу.

В сучасному глобальному світі пізнавальна діяльність людини зазнає постійного стресу внаслідок перенасиченості інформацією, внаслідок чого зростає роль реальних вражень, справжніх відчуттів в реальному світі. Природа, історична спадщина, культурні надбання, досягнення науки та міжкультурна комунікації стають життєдайним джерелом пізнання та самопізнання і першоосновою цивілізаційного розвитку людства. До числа найголовніших джерел пізнання світу, як і самого себе, людство, безперечно, відносить подорожі. При цьому метою подорожей можуть бути відпочинок, лікування, задоволення пізнавальних, у тому числі духовних потреб, ділове спілкування, освіта тощо. Людина мандрує з незапам'ятних часів, проте туризм як соціально-економічний феномен значною мірою асоціюється з індустріальним періодом розвитку людства і відрізняється від подорожей якісно і кількісно. Туризм все більше перетворюється в один із головних видів діяльності людини, в один із головних джерел інформації, в одну із головних потреб і цінностей життя.

Це підтверджується і низкою міжнародних актів в сфері туризму. Ще у 1980 р. у Манільській декларації зі світового туризму туризм було визначено як «діяльність, що має важливе значення в житті народів в силу безпосереднього впливу на соціальну, культурну, освітню і економічну сфери життя держав і їх міжнародні відносини». Гаагська Декларація по міжнародному туризму 1989 року декларувала, що «туризм став явищем, яке увійшло в наш час в повсякденне життя сотень мільйонів людей, та основним засобом міжособистісних зв'язків, політичних, економічних і культурних контактів...», більше того «туризм є одночасно

наслідком і вирішальним фактором якості життя в сучасному суспільстві».

Надзвичайно важливим є те, що робота Пленуму та обговорення винесеного на його розгляд питання «Про перспективи, проблеми і завдання розвитку сфери туризму і рекреації в Україні» відбувається у Міжнародний рік сталого розвитку туризму, яким був оголошений 2017 р. резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 4 грудня 2015 р. У резолюції визнається важливість міжнародного туризму, а також висловлене сподівання що ця подія сприятиме кращому взаєморозумінню між народами в усьому світі, підвищенню поінформованості про велику спадщину різних цивілізацій і забезпеченню кращого розуміння цінностей, притаманних різним культурам, сприяючи тим самим зміцненню миру в усьому світі. Міжнародний рік сталого розвитку туризму являє собою унікальну можливість для просування вкладу туристичного сектора в економічну, соціальну та екологічну стійкість, а також для підвищення обізнаності про справжні розміри і потенціал сектора туризму

Туризм виконує ряд соціальних та гуманітарних функцій в суспільстві, серед яких культурне збагачення, оздоровчий вплив природи, підвищення моральних і духовних якостей тощо. При цьому економічна діяльність у сфері туризму нерозривно пов'язана з туризмом як способом світогляду, з роллю туризму в забезпеченні прав і свобод людини, розвитку екологічно безпечного середовища, підвищенні культурного і освітнього рівня громадян, а також туризмом як духовною, ноосферною цінністю.

Туризм як галузь національного господарства відіграє винятково важливу в сучасних умовах соціально-економічну роль та є основою для формування туристичної індустрії.

Туристична індустрія являє собою складну систему, до якої входять власне туристичний продукт (послуга, тур); споживачі туристичного продукту та відповідних послуг;

об'єкти туристичної галузі – фірми, що створюють і поширюють тур продукт, заклади та підприємства, що надають послуги з розміщення, харчування, перевезення; державні органи управління туристичною галуззю, навчальні та наукові заклади. У сфері туризму здійснюється торгівля як послугами, так і товарами. За оцінками фахівців, частка послуг у туризмі становить 75%, товарів – 25%. З розвитком та ускладненням організаційних процесів до індустрії туризму залучено підприємства торгівлі, страхові компанії, банки, підприємства зв'язку тощо. Типовими супутніми суб'єктами туристичної індустрії є рекламно-інформаційні компанії, міграційні організації, підприємства сувенірного бізнесу, спортивних товарів та товарів для відпочинку, індустрії розваг, компаній, що виготовляють та реалізують туристичний одяг, літературу, фототовари тощо.

Важливість сфери туризму для економіки й інших сфер суспільного життя будь-якої країни визначається, насамперед, його матеріальним і суспільним вкладом.

Як зазначається у доповіді Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) *Tourism Highlights 2017* у світі постійно зростає пропозиція туристичних продуктів, місць розташування та обслуговування туристів, що робить галузь привабливою для інвесторів та ключовою рушійною силою соціально-економічного прогресу завдяки створенню нових робочих місць та підприємств, зростанню експортних надходжень, та розвитку інфраструктури. Протягом останніх шести десятиліть туризм здійснює постійну експансію та диверсифікацію, стаючи однією з найбільших і швидко зростаючих галузей економіки в світі.

Згідно з даними ЮНВТО, кількість іноземних туристів, що прибувають, зросла з 25 млн осіб у цілому за 1950 р. до 278 млн у 2000 р., та 1 235 млн осіб у 2016 р.

За останні п'ять років міжнародний туризм зростає швидше, ніж міжнародна торгівля. У 2016 р. міжнародний

туризм, включаючи доходи в місцях відвідування та від пасажирського транспорту, склав 7% експорту всіх товарів і послуг (або 30% світового експорту послуг), що на один відсоток вище аналогічного показника 2015 р. В багатьох країнах, що розвиваються, туризм є найбільшою статтею експорту. Туризм стає все більш важливим компонентом експортної диверсифікації і надає можливість компенсувати зниження експортних надходжень у більшості сировинних і нафтоекспортуючих країн.

Кількість іноземних туристів, що відвідали інші країни (відвідувачі що залишилися на ніч) досягла в цілому 1 235 млн осіб у 2016 р., що на 46 млн осіб, або на 3,9% більше, ніж у 2015 р., хоча дещо помірніше приросту цього показника у 2015 р. (4,5%). Це був сьомий рік поспіль зростання вище середнього в міжнародному туризмі після глобальної економічної кризи 2009 р. (до речі, число іноземних туристів у 1 млрд осіб на рік було перевищено вперше у 2012 р.).

Внаслідок зростання туристичних потоків відповідно зростає й рівень вкладу туризму у світову економіку. Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTTC) у доповіді «Travel&Tourism Economic Impact 2017. World» наводить розмір прямого внеску (внесок галузей, які мають справу безпосередньо з туристами, включаючи готелі, ресторани, турагентів, авіалінії й інші послуги пасажирського транспорту) туризму і подорожей (T&T) у глобальний ВВП за 2016 р. (в цінах 2016 р. та з урахуванням курсових коливань) у розмірі 2 306,0 млрд дол. США, або 3,1% світового ВВП, і прогнозує його зростання до 3,8% у 2017 р., і у середньому на рік по 4,0% на період 2017–2027 років, що дозволить вийти на рівень 3 537,1 млрд дол. США, або 3,5% світового ВВП, у 2017 р.

Водночас, повний загальний внесок T&T, з урахуванням непрямого ефекту (включаючи загальний ефект від інвестицій, ланцюжків суміжних послуг та результат,

обумовлений доходами у сфері туризму), у світовий ВВП склав у 2016 р. 7 613 млрд дол. США, або 10,2% ВВП, і прогнозується його зростання на 3,6% у 2017 р. та на 3,9% щорічно на наступні 10 років до досягнення показника у 11 512,9 млрд дол. США, або 11,4% ВВП, у 2017 р.

Крім того, у сфері Т&Т за 2016 р. у світі створено 108,7 млн робочих місць (включаючи зайнятих у готельному бізнесі, туристичних агентствах, авіа- та інших видах транспортних пасажирських послуг), або 3,6% від загальної чисельності зайнятих. Згідно з прогнозними розрахунками WTTC щорічне зростання зайнятості у сфері туризму на найближчі 10 років дозволить у 2017 р. досягти показника зайнятості у цій галузі на рівні 11,1% загальносвітової чисельності зайнятого населення.

Учасники Пленуму зазначили, що стрімкій висхідній тенденції розвитку туризму у світі сприяє цілий комплекс соціально-економічних та технологічних факторів: підвищення рівня загального добробуту населення, зміцнення середнього класу як основного споживача туристичних послуг, розвиток транспортної інфраструктури, зв'язку та комунікацій, зростання мобільності населення. Таким чином, має місце глобальна тенденція помітного посилення ролі туризму та курортів як однієї з основних галузей, що впливає на загальний стан і перспективи світової економіки.

Подібно до загальної світової динаміки зростає і роль туризму в національній економіці України. Дані опублікованої нещодавно доповіді WTTC «Travel&Tourism Economic Impact 2017 Ukraine» свідчать, що прямі надходження в Україну за 2016 р. від подорожей та туризму (Т&Т) склали 34,8 млрд грн (1,4 млрд дол. США), або 1,5% ВВП. Прогнозується зростання таких надходжень на 4,2% у 2017 р., і зростання у середньому на 2,8% щорічно протягом

2017–2027 рр. – до 47, 9 млрд грн (1,9 млрд дол. США), або до 1,7 % ВВП у 2027 р.

В той же час повний внесок від туризму в доход країни за 2016 р. склав 128,5 млрд грн (5,0 млрд дол. США), або 5,6% ВВП, прогнозується зростання такого внеску на 3,4% у 2017 р. та на 2,9% щорічно до 2027 р., або відповідно до 177,4 млрд грн (7,0 млрд дол. США), або 6,2% ВВП у 2027 р.

Протягом 2016 р. у сфері подорожей та туризму України було безпосередньо задіяні 247,0 тис. робочих місць (1,3% загального числа зайнятих), а загальний вклад туризму у рівень зайнятості (включаючи робочі місця, безпосередньо не пов'язані з туризмом) у 2016 р. склав 923,0 тис. працюючих, або 5,0% загальної чисельності зайнятого населення країни. Очікується зростання зайнятості на 1,3% щорічно на найближчі 10 років, що дозволить досягти у 2027 р. рівня загальної зайнятості у цій сфері до 1 092,0 тис. працюючих (5,7% чисельності зайнятого населення).

Такі показники розвитку галузі туризму в Україні забезпечені відповідним приростом туристів у частині в'їзного та внутрішнього туризму. Так, за даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 р. до України в'їхало 13,6 млн туристів, що на 5,6% більше, ніж у 2015 р. При цьому у 2015 р. у порівнянні із 2014 р. в'їхало на 0,2 млн осіб (1,3%) менше.

У 2016 р. 95,3 % іноземних громадян прибули до України з приватною метою, що на 12,5% більше ніж у 2015 р. (89,4 %).

Спостерігається стабільний приріст виїзного туризму. Протягом 2016 р. здійснили подорожі за кордон 24,7 млн українських туристів, що на 6,5 % більше, ніж у 2015 р. Протягом 2016 р. 98,5% українських громадян подорожували до країн світу з приватною метою, що на 6,6% більше ніж у 2015 р.

Учасники Пленуму наголосили, що Україна, маючи всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок

туризму, все ще поступається у його розвитку багатьом країнам світу. За даними Всесвітнього економічного форуму, що опублікував рейтинг країн світу за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017), Україна в минулому році отримала оцінку в 3,5 бали з семи можливих і опинилась за привабливістю для туристів на 88 місці, щодо екології на 98 місці, авіаційній інфраструктурі – 79 місці, портової інфраструктури – 81 місці, туристичному сервісу – 71 місці, а щодо інвестицій у туристичний бізнес наша країна на 124 місці.

Внаслідок запровадження безвізового режиму з ЄС очікується, що у поточному році Україна матиме помітний приріст виїзного туризму, що матиме наслідком зростання обсягу витрат громадян України за кордоном і актуалізує проблему політики заміщення таких витрат за рахунок розробки і пропозиції привабливих за багатьма ознаками внутрішніх туристичних продуктів та розвитку індустрії туризму, проведення ефективної маркетингової політики за кордоном та вдосконалення засобів мережевого індивідуалізованого залучення іноземних туристів в Україну.

За даними Державної фіскальної служби України обсяг надходжень від сплати туристичного збору, який є місцевим податком, у 2016 р. склав 54,1 млн грн, що на 45,7% більше ніж у 2015 р. При цьому його обсяг у 2015 р. у порівнянні з 2014 р. зріс на 49,9%. Найбільші обсяги надходжень припадають на м. Київ, Львівську, Одеську, Івано-Франківську та Закарпатську області, на які приходить 72,2% загальної суми збору по країні.

При цьому, позитивну динаміку у зборі податкових платежів за останні роки показують практично усі види економічної діяльності, пов'язані з туризмом. Так, збір податків від діяльності готелів і подібних засобів тимчасового розміщування зріс з 395 млн грн у 2014 р. до 992,9 млн грн у

2016 р., або у 2,5 рази, і лише за один 2016 р. обсяг збору зріс на 55,7%. Збір від діяльності туристичних агентств зріс з 83,5 млн грн у 2014 р. до 119,3 млн грн у 2016 р., або на 42,9%, діяльності туристичних операторів, відповідно, з 108,5 млн до 175,4 млн грн, або на 61,7%. Водночас, обсяг зборів від надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів зріс з 1,1 млн грн у 2014 р. до 1,3 млн грн у 2016 р., або на 18,2%.

Оскільки сфера туризму 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 та сприяє зменшенню диспропорцій платіжного балансу.

Учасники Пленуму відзначили глобальну роль туризму в світі як фактора забезпечення сталого розвитку. Програма цілей сталого розвитку, затверджена Генеральною Асамблеєю ООН у вересні 2015 р., включає туризм в якості пріоритету в таких цілях сталого розвитку, як «сприяння постійному, інклюзивному та сталому економічному зростанню, повній та продуктивній зайнятості та забезпеченню гідної роботи для всіх», «стале споживання та виробництво», та «збереження та стале використання океанів, морів і морських ресурсів для сталого розвитку».

Починаючи з Всесвітньої конференції по сталому туризму у Лансароті (Іспанія) у 1995 р. поняття «сталий розвиток туризму» і «сталий туризм» постійно використовуються у керівних і звітних документах ООН і ЮНВТО. У документах ЮНВТО ці поняття почасти застосовуються як синоніми і фактично стали означати

пріоритетний напрям діяльності цієї міжнародної організації.

Сталий туризм як глобальний світовий тренд керується дванадцятьма принципами, сформульованими ЮНВТО, серед яких економічна життєздатність дестинацій і туристичних підприємств; місцевий розвиток; якість зайнятості у туризмі; соціальна справедливість у розподілі вигод від туризму; доступний туризм; місцевий контроль в управлінні і розвитку туризму; добробут місцевих спільнот; культурне розмаїття; фізична цілісність міських і природніх ландшафтів; біологічне розмаїття; ефективність невідтворювальних ресурсів; екологічна чистота. На останній 22-й сесії Генеральної асамблеї ЮНВТО, яка проходила у місті Ченду (Китай) з 13 по 16 вересня 2017 р. і в які брали участь понад 1300 делегатів із понад 130 країн, зазначалося, що для поступального розвитку сектор туризму має усунути залежність між зростанням і нанесенням екологічної шкоди; боротися зі змінами клімату по усьому ланцюжку створення вартості в туризмі; щоденно точно і систематично вимірювати вплив мандрівників і просувати доступність туризму для всіх. Крім того, мають бути забезпечені можливості отримання вигод від туризму всім громадам і попереджати його негативний вплив на їхні соціальні структури, займаючись вирішенням таких проблем як переповненість, захищати слабких від експлуатації в секторі туризму і вирішувати глобальні й такі, що виникають у секторі туризму, виклики в сфері безпеки, не притіняючи права людини, особливо право на свободу мандрівок і пересування.

Учасники Пленуму відзначають, що цей форум держав-членів ЮНВТО має історичне значення, оскільки на ньому було прийнято два важливих для розвитку туризму документи. Одним із них є Чендунська декларація про туризм і цілі у сфері сталого розвитку (складається з 19

статей), в якій підкреслюється потенціал сектора туризму в економічній, соціальній і політичній сферах.

Другим є дійсно історичний документ – Рамкова конвенція з етики туризму ЮНВТО (прийнята 15 вересня 2017 р.), яка заснована на Глобальному етичному кодексі туризму ЮНВТО, що включений у повному складі у статті 4-12 Конвенції. Це перша міжнародна угода в історії ЮНВТО, метою якої є сприяння розвитку відповідального, сталого і загальнодоступного туризму шляхом втілення в життя етичних принципів в туризмі. Завдяки Конвенції етичні принципи в туризмі набувають статусу юридично зобов'язуючих міжнародних норм для зміцнення етичної складової туризму. Цей документ охоплює обов'язки всіх зацікавлених сторін, що беруть участь у розвитку сталого туризму, і надає рамкову основу, яка рекомендує етичні і сталі методи роботи, зокрема стосовно права на туризм, свободи пересування для туристів, а також прав найманих працівників і фахівців.

Учасники Пленуму поділяють висловлену на сесії думку голови Всесвітнього комітету з етики туризму (ВКЕТ) Паскаля Ламі про те, що у нинішньому глобальному світі, де обсяг туристичного бізнесу дорівнює обсягам експорту тафти, харчів чи автомобілів, або навіть переважає їх, важливо намітити правові межі, що забезпечуватимуть відповідальний підхід до зростання і збереження сталості з плином часу. Туризм володіє потужним потенціалом, що має бути використаний на благо всіх і кожного

Забезпечення сталого розвитку туризму є неперервним процесом і вимагає постійного контролю над його впливом для прийняття профілактичних та/або коригуючих заходів кожного разу, як виникне в цьому потреба. Сталий туризм має також підтримувати високий рівень задоволеності туристів і гарантувати набуття ними значного досвіду,

підвищуючи їхнє розуміння проблем сталості і просуваючи методи сталого туризму.

Учасники Пленуму наголосили, що сталий туризм є комплексним інтегрованим інструментом, який забезпечує сталий розвиток в цілому, і має розвиватися за трьома основними стратегічними напрямками – економіко-соціальним, культурно-екологічним та духовно-ноосферним. При цьому духовно-ноосферний напрям розвитку сталого туризму є визначальним фактором перебудови всіх сфер суспільства на нових, сталих засадах і реалізації потенціалу сталого туризму як комплексного інструменту розвитку. Усвідомлення людиною своєї моральної відповідальності перед прийдешніми поколіннями, своєї активної ролі у творенні майбутнього як наділеної розумом частини живого, цілісного, сповненого Духом світу є першоджерелом економічного поступу та культурного, освітнього, екологічного і духовного вдосконалення людства.

В цілому рекомендації щодо розвитку сталого туризму і практика управління сталим розвитком можуть бути застосовані у всіх типах туристичних дестинацій, включаючи різні сегменти туризму, у тому числі й масовий. Принципи сталості стосуються екологічних, економічних і соціокультурних аспектів розвитку туризму, і для гарантії довгострокової сталості необхідно встановити баланс між цими трьома вимірами, що відповідає трьом базовим принципам сталого розвитку СОТ – економічна, соціально-культурна і екологічна сталість.

Важливою умовою розвитку сталого туризму є надані п.10.3. статті 10 Податкового кодексу України місцевим радам повноваження вирішувати питання щодо встановлення, зокрема, збору за місця для паркування транспортних засобів та туристичного збору, що є одним із стимулів місцевих громад розвивати туристичну інфраструктуру та сприяти суб'єктам господарювання, задіяним у галузі туризму, у

диверсифікації їхньої діяльності в частині видів туристичних продуктів, ефективності надання сервісних та супутніх послуг туристам, розвитку місцевого виробництва товарів, що використовуються у туризмі.

Учасники Пленуму наголошують, що актуальність концепції сталого туризму обумовлена також тим, що існує певний негативний соціальний та екологічний вплив туризму, пов'язаний зі зростанням злочинності, цін на житло, антропогенного навантаження на курортні території, забруднення довкілля, а за останні роки спостерігаються випадки використання туризму для терористичної діяльності та нелегальної міграції, що створює серйозні загрози не лише для спільнот приймаючих територій, але й для туристів. Критики туризму деколи називають його дерегулятором середовища проживання і економічної діяльності місцевого населення. Наприклад, переміщення трудових ресурсів з сілких місцевостей в туристичну сферу може призвести до скорочення працівників у сфері виробництва сільськогосподарської продукції. Іншим негативним наслідком туристичної діяльності є можливість імпорту інфляції через прибуття до країни чи регіону значної кількості іноземних туристів з високою купівельною спроможністю.

Учасники Пленуму відзначають, що непересічним наслідком розвитку туристичної галузі є розширене відтворення соціокультурного ландшафту країни. Враховуючи, що метою сталого розвитку є збереження потенціалу планети для майбутніх поколінь, спільна праця над поглибленим вивченням та відтворенням ресурсів та цінностей туризму сприятиме досягненню глобальних цілей людства.

Як наголошується у схвалених постановою Верховної Ради України від 13 липня 2016 р. №1460-VIII Рекомендаціях парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної

індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України», що відбулися 6 квітня 2016 р., Україна як держава, розташована в центрі Європи, з багатими природними ресурсами та самобутньою історико-культурною спадщиною має всі передумови для сталого розвитку економіки за рахунок надходжень від сфери туризму. Україна має великий потенціал, і володіє практично всіма курортними ресурсами: природними термальними водами, гідроресурсами, лікувальними грязями, хвойними змішаними лісами і морським узбережжям. В Україні налічується понад 125 тис. пам'яток археології та архітектури, сотні музеїв. У географічному центрі Європи перехрещуються майже всі європейські культури.

Учасники Пленуму відзначають, що за таких умов розвиток в'їзного та внутрішнього туризму здатен внести значний вклад в соціально-економічний розвиток країни. Він спричинить позитивний мультиплікаційний ефект на інші галузі економіки, і, в першу чергу, сферу послуг.

Предметом дискусії під час роботи Пленуму було питання повноти та ефективності державного стратегічного планування у сфері туризму. Парламентом та урядом в останні роки прийнято ряд важливих стратегічних документів. Зокрема, у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. №168-р, зазначено, що 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.

У Плані пріоритетних дій Уряду на 2017 р., затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3 квітня 2017 р. №275-р, туризму присвячені сім пунктів, у тому числі й пункт про затвердження плану заходів щодо

реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року в 2017 р. Такий план заходів затверджений наказом Мінекономрозвитку України від 30 червня 2017 р. №958.

Крім того, у Середньостроковому плані пріоритетних дій Уряду до 2020 р., затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3 квітня 2017 р. №275-р, зазначено, що його метою у довгостроковій перспективі є перетворення економіки України на висококонкурентну економіку, зменшення втручання держави в економічну діяльність, розвинута, високорентабельна та інтегрована у світовий ринок галузь туризму і курортів, а в середньостроковій перспективі план декларує проактивну позицію держави щодо розвитку сфери туризму і курортів, зокрема у найближчому часі передбачає сприяння інтернаціоналізації малого та середнього підприємництва і галузі туризму та курортів.

Важливим і показовим в контексті обґрунтованого і планового підходу до належної уваги держави до реалізації Програми Цілей Сталого Розвитку в Україні є підготовлена Мінекономрозвитку і представлена 15 вересня 2017 р. Урядом України Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна», в якій подана, зокрема, національна система ЦСР (86 завдань розвитку та 172 показники для моніторингу їх виконання).

Доповідь містить, зокрема, завдання, що відповідає тематиці роботи Пленуму, а саме: «забезпечити розробку і реалізацію стратегій місцевого розвитку, спрямованих на економічне зростання, створення робочих місць, розвиток туризму, рекреації, місцевої культури і виробництво місцевої продукції» (завдання 11.6), індикатором виконання якого є кількість робочих місць у сфері туризму (середньооблікова кількість штатних працівників колективних засобів розміщування та суб'єктів туристичної діяльності України).

Учасники Пленуму поділяють як прогресивну і актуальну тезу Доповіді про те, що забезпечення зростаючих соціальних потреб населення України за рахунок ефективної економічної діяльності не має виходити за межі екологічної ємності довкілля. Саме моделі сталого виробництва і споживання (СВС) можуть забезпечити сталість розвитку суспільства. Основою національної політики має стати Десятирічна стратегія дій з переходу до використання моделей сталого споживання і виробництва (Ріо, 2012), яка є глобальною платформою для формування потенціалу і партнерства у сфері СВС.

Позитивною є чітка орієнтація на виконання завдань Доповіді на основі програмно-стратегічного планування за допомогою інструментарію відповідної національної стратегії, або секторальних та регіональних стратегій розвитку. При цьому серед пріоритетних програм, що передбачатимуться стратегією, окремо виділено програму розвитку сталого туризму.

Розв'язання глобального завдання – до 2030 р. забезпечити розробку і здійснення стратегій заохочення сталого туризму, який сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури і виробництву місцевої продукції – реалізовуватиметься шляхом здійснення викладеного у Доповіді національного завдання (8.6.), яким розвиток туризму розглядається як один із численних напрямів для можливості реалізації потенціалу активної частини населення.

Учасники Пленуму відзначають позитивні для розвитку в Україні сталого туризму положення Доповіді щодо реалізації потенціалу набутого країною досвіду у сфері міжнародного партнерства на транскордонному рівні та співробітництва за такими напрямками, як розв'язання регіональних екологічних проблем, розвиток людських комунікацій (туризм, малий

прикордонний рух), співпраця в науковій та освітній сферах тощо.

Учасники Пленуму звертають увагу на необхідність продовження процесу гармонізації українського законодавства в сфері туризму. Важливою умовою належної адаптації туристичної галузі до світових стандартів і вимог ЄС є дотримання вимог Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 15 січня 2015 р. №124-VIII, який визначає правові та організаційні засади розроблення, прийняття та застосування технічних регламентів і передбачених ними процедур оцінки відповідності, а також здійснення добровільної оцінки відповідності, зокрема і у сфері туристичної індустрії. Нині туристична галузь України працює з дотриманням ряду стандартів, що є добровільними, особливо тих, що прийняті за останні два роки і гармонізовані з міжнародними стандартами у сфері туризму, а в цілому в Україні налічується тридцять державних стандартів, пов'язаних з туризмом і туристичною індустрією.

Важливим кроком у напрямі становлення національної системи якості у сфері туризму, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національного туристичного продукту, зокрема у сфері доступного туризму, є два державні стандарти України, що введені з 1 червня 2017 р. і гармонізовані з міжнародними та європейськими стандартами – ДСТУ ISO 17049:2017 «Доступне проектування. Застосування шрифту Брайля на інформаційних вказівниках, обладнанні та приладах», що визначає основні вимоги до шрифту Брайля, використовуваного для вивісок, устаткування і приладів, включаючи параметри розміру шрифту Брайля і характеристики використовуваних матеріалів та керівні принципи для практичної реалізації та перекладу, та ДСТУ ISO 23599:2017 «Вироби для надання

допомоги сліпим і людям зі слабким зором. Тактильні індикатори пішохідної зони».

Учасники Пленуму відзначили, що важливою ознакою відповідності вітчизняної туристичної галузі актуальним світовим напрямом розвитку туризму є приєднання України до Конвенції про права осіб з інвалідністю і Факультативного протоколу до неї, які були ратифіковані Законом України від 16.12.2009 № 1767. З метою забезпечення реалізації прав і задоволення потреб осіб з інвалідністю нарівні з іншими громадянами та з урахуванням принципів Конвенції постановою Кабінету Міністрів України від 01.08.2012 №706 затверджено Державну цільову програму «Національний план дій з реалізації Конвенції про права інвалідів» на період до 2020 р. Мінекономрозвитку рекомендовано суб'єктам господарювання, що здійснюють туристичну діяльність, дотримуватися принципів Конвенції про права осіб з інвалідністю та сприяти їх належній реалізації в Україні. Це сприятиме розвитку доступного туризму як однієї з неодмінних складових туризму в сучасному світі відповідно до міжнародних документів.

Учасники Пленуму звернули увагу на необхідність вдосконалення системи статистичних досліджень і аналізу туристських потоків. Нині статистика туризму охоплює широке коло даних, що збираються і аналізуються на національному і глобальному рівні для виявлення динаміки і структури туристичних потоків, впливу туризму на економіку країни, на платіжний баланс, а також для виявлення основних напрямків та тенденцій розвитку туризму з метою формування політики і планування розвитку його матеріально-технічної бази на перспективу, розробки ефективних методів просування туристичного продукту до потенційних споживачів.

Для аналізу стану і динаміки розвитку галузі туризму має бути налагоджена відповідна національна система

статистики. На сьогодні в Україні приведено класифікацію видів економічної діяльності у сфері туризму до міжнародних вимог. Новий Національний класифікатор України «Класифікація видів економічної діяльності» (ДК 009:2010), що введений у дію з 1 січня 2012 р. є ідентичним базовій міжнародній статистичній Класифікації видів економічної діяльності ЄС – NACE. У ньому туризм вперше представлений як окремий вид економічної діяльності (код 79).

З метою визначення вагомості туризму для національної економіки, обсягів туристичного споживання, економічної ефективності суб'єктів туристичної діяльності для держави та забезпечення якості туристичних послуг необхідно формувати статистичну інформацію щодо туризму в рекомендованій ЮНВТО системі сателітних рахунків, що передбачено урядовою Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. Система сателітних рахунків дає змогу оцінити внесок туризму в економіку країни, звести воедино безліч показників і зрозуміти зокрема, яка складова туризму у валовому продукті країни. У сателітних рахунках враховується все: не лише розміщення туриста, а й його витрати у магазинах, таксі, ресторанах, музеях і навіть сільськогосподарська продукція, яка вирощується спеціально з розрахунку на туристів.

Завдяки географічному розташуванню України і наявним природним багатствам вона має всі можливості для розвитку всіх видів туризму, зокрема екологічного, спортивного, паломницького, етнографічного, сільського, гастрономічного та багатьох інших. На думку учасників Пленуму сільський туризм є одним з найбільш пріоритетних напрямів туризму в Україні. Системний вплив сільського туризму на економіку сільських територій відбувається через різноманітні ефекти (економічний, соціальний, етнокультурний, особистісний, екологічний) та зв'язки з

суб'єктами інших видів економічної діяльності. В результаті цих впливів утворюється синергія сільського туризму, що забезпечує багатофункціональний (диверсифікований) сільський розвиток.

Сьогодні в державі налічується значна кількість садиб, що надають послуги сільського зеленого туризму. Хоча потенціал розвитку даного виду туризму значно більший – селах України налічується 6,3 млн житлових будинків, з яких 98% – у приватній власності. Майже 1 млн осель потенційно можуть приймати туристів. Середньорічна чисельність працездатного населення, що проживає в сільській місцевості, становить 6,4 млн осіб, переважна частина яких частково зайнята. Кожне десяте особисте селянське господарство має можливості надавати послуги у сфері сільського аграрного туризму, якщо розширити інтерес до сільського життя (атмосфери) – рибальство, збирання грибів, ягід, конярство і т.д.

Учасники Пленуму констатували, що особисті селянські господарства можуть стати провідною ланкою єдиної системи «виробництво екологічно чистого продовольства – рекреаційна діяльність – збереження природи й ландшафтів», і є всі підстави вважати, що в перспективі вони збережуться як функціонально значущий структурний елемент національної економіки і джерело розвитку сільських територій, перш за все через надання послуг сільського зеленого туризму.

На сьогодні діловий туризм залишається одним з перспективних в Україні напрямів туризму. Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн бізнес-турів. Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії. В зв'язку з цим зростає роль регіональних Торгово-промислових палат України та об'єднань підприємців в

організації бізнес-форумів, конференцій, ділових заходів, які стосуються широкого спектру ділових інтересів їх учасників, в тому числі і туризму. Позитивним прикладом може бути останній Київський інвестиційний форум з питань туризму, який відбувся у 26 вересня 2017 р. Важливими ресурсами в сфері забезпечення ділового туризму володіють окремі регіони, зокрема Запорізька область, де створена і розвивається сучасна інфраструктура (бізнес-центри, конгрес-холи, виставкові центри тощо) для організації ділових заходів, проведення виставок, форумів, коопераційних бірж.

Учасники Пленуму відзначили, що в Україні створена потужна база підготовки кадрів у сфері туризму. За даними Мінекономрозвитку України, станом на червень 2017 р. кількість навчальних закладів, що готують спеціалістів сфери туризму становить 193 од., з них вищих навчальних закладів (академії, університети, інститути) – 93 од. Підготовка кадрів відбувається за такими напрямками: «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», «Готельне обслуговування», «Побутове обслуговування», «Організація обслуговування населення», «Ресторанне обслуговування», «Туристичне обслуговування». У 2016 р. за відповідними напрямками до вищих навчальних закладів було зараховано 13 575 осіб, з них: на денну форму навчання – 9 938 осіб, на заочну форму навчання – 3 637 осіб.

Учасники Пленуму відзначили, що стратегічні напрямки розвитку туризму та відповідні заходи їх реалізації неможливо реалізувати без застосування належних сучасних організаційно-правових форм співпраці учасників ринку туристичних послуг, включаючи державу та окремих громадян. Мається на увазі, насамперед, застосування проектного підходу в розбудові туристичних об'єктів та інфраструктури з класичними етапами проектного планування і супроводу проекту протягом строку його життя.

Концепція проектного підходу є ефективною при розробці туристичного продукту, виходячи з його властивостей, серед яких називають нестійкість його якості і необхідність оновлення на всіх етапах його життєвого циклу.

Крім того, поєднання зусиль суб'єктів туристичної діяльності в реалізації стратегій розвитку регіонального туризму неможливо без застосування сучасних кластерних форм організації спільної діяльності, а також моделей державно-приватного партнерства. В Україні є численні приклади успішної реалізації кластерних моделей підприємницької діяльності (які були детально обговорені на IX Пленумі Правління Спілки економістів України).

Учасники Пленуму зазначили, що створення кластерів потребує сучасних механізмів інформаційного забезпечення та управління впродовж всього ланцюга постачань в рамках створення вартості туристичного продукту. Крім того, з огляду на різний рівень розвитку суб'єктів господарювання в туристично-рекреаційному секторі безпосередньо та в суміжних з ним галузях необхідно вжити заходів щодо забезпечення сталості ланцюгів постачань та гармонійного розвитку всіх учасників туристично-рекреаційних кластерів, що склалися або формуються в регіонах країни.

Серед інших способів організації спільної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг можна назвати такі як консолідація, інтеграція та договірні об'єднання.

Учасники Пленуму також відзначили, що соціальна направленість туристичного бізнесу забезпечується за допомогою відносин партнерства (зокрема, публічно-приватного) з клієнтами, суб'єктами господарювання, органами державної влади, місцевого самоврядування, недержавними організаціями, працівниками туристичних підприємств. Відносини відповідального партнерства, як показали дослідження, властиві практиці сучасних мережевих операторів туристичного ринку України.

Формування механізмів державно-приватного партнерства є актуальним в контексті туризму як фактора просування регіонів з метою розвитку окремих видів туризму.

Учасники Пленуму відзначили концепцію розумної спеціалізації (smart specialisation) ЄС в контексті розробки ефективної туристичної політики регіону. Ця концепція передбачає залучення всіх місцевих зацікавлених сторін (органів регіонального і місцевого самоврядування, бізнес-асоціацій, університетів, профспілок та інших неурядових організацій) в процес ідентифікації конкретних туристичних об'єктів для цільової підтримки, а також забезпечення приватно-державної координації діяльності в процесі реалізації розробленої стратегії, її моніторингу та оцінки ефективності. Центральним елементом концепції розумної спеціалізації, який відрізняє його від традиційних схем інноваційної та промислової політик, є фокусування на «підприємницькому пошуку» або «підприємницькому самопізнанні», що представляє собою процес, за допомогою якого підприємці розуміють, що конкретний товар, послуга або вид діяльності, можуть бути вироблені або здійснюватися на даній території, з деякими конкурентними перевагами і, можливо, при більш низькій собівартості, аніж в інших регіонах. Цей процес «самопізнання» дозволяє уникнути імітацій стратегій інших регіонів і країн, та визначити пріоритетні напрямки діяльності, в яких регіони можуть спеціалізуватися, зокрема заходи щодо удосконалення туристично-рекреаційної інфраструктури на регіональному та загальнодержавному рівні. Такі стратегії розумної спеціалізації були розроблені для туристично-рекреаційних секторів низки європейських регіонів, зокрема: Алгарве (Португалія), Сицилія (Італія), Рона-Альпи (Франція), Східна Македонія і Фракія (Греція) та Куявсько-Поморський (Польща).

Учасники Пленуму звернули увагу на те, що у нинішніх умовах господарювання туристична привабливість території залежить не тільки від її туристично-рекреаційних ресурсів, а й від конкретних комунікативних стратегій, що застосовуються з метою інформування туристів про переваги даної місцевості. Предметом таких стратегій є створення і просування на ринок брендів як окремих регіонів чи країни в цілому. Мова йде про брендинг як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. Сприйняття держав у системі координат брендів логічно призводить до їх рейтингування та утворення відповідних організацій, що займаються створенням позитивного іміджу держави та її регіонів. Учасники Пленуму наголосили, що найважливішою роботою в напрямку розвитку брендингу територій є філософсько-культурологічне осмислення культурних просторів: провінційних міст, мегаполісів, регіонів як функціональних утворень, символічно цілісних. Поряд з аксіологічними, архітектурно-естетичним, ландшафтним, антропологічним, соціологічним, синергетичним підходами важливим є семіотичний підхід, який базується на постулаті: культурний простір має символічний характер, обумовлений різницею різноманітних текстів, що відтворюють глибокі культурні смисли і розкривають ціннісно-нормативні системи різних культур.

Учасники Пленуму наголосили на важливості залучення сучасних інформаційних технологій для розвитку туристичної діяльності. Використання інноваційних цифрових інструментів та інформаційно-комп'ютерних технологій для створення нових форм або моделей ведення бізнесу у туристичній галузі сприятиме підвищенню рівня оприлюднення і обізнаності щодо багатої культурної спадщини України чи конкретного регіону та активізації

культурного туризму і заохочення до участі в створенні доданої вартості в цій сфері більш широкого кола зацікавлених сторін. Крім того, такі технології можуть використовуватися для розробки інноваційних програми туризму з акцентом на культурно-історичну спадщину.

Особливістю сучасного менеджменту у сфері туризму, як зазначали учасники Пленуму, є застосування системного бачення ланцюжка послуг «гостинність – туризм й рекреація – враження», що має розглядатися як можливість задоволення нових потреб людини у придбанні вражень. Це є проявом сучасної тенденції переходу від виробництва товарів й послуг до вражень та емоцій, які отримують клієнти, що свідчить про ознаки нової економіки – економіки вражень. До речі, в результаті проведеного у 2013–2014 рр. соціологічного опитування споживачів послуг сільського зеленого туризму визначено, що в основі попиту на відпочинок у сільській місцевості найбільший вплив справило виникнення необхідності людей споживати не більше товарів, а отримати більше «живих вражень та досвіду» (подорожі, що сприяють особистому зростанню та збагаченню знань про культуру та природу).

Учасники Пленуму назвали ряд прикладів успішного застосування сучасних стратегій та моделей розвитку туризму. Зокрема, позитивним прикладом використання кластерної моделі є створення в Диканському районі Полтавської області агротуристичного кластеру з використанням гоголівського бренду «Диканька», що навіть став вагомим чинником намірів щодо створення єдиної об'єднаної територіальної громади цього компактного району. Також мають місце пропозиції щодо об'єднання громад сільських рад сусідніх адміністративних регіонів, на території яких знаходяться туристичні об'єкти, пов'язані з життям і творчістю М.В. Гоголя.

Активну роботу щодо позитивного позиціонування Луганщини та розвитку сфери туризму та рекреації проводять члени Луганської обласної організації СЕУ разом з науковцями Інституту економіки та управління СНУ ім. В. Даля та Луганським відділенням Інституту економіко-правових досліджень НАН України. Прикладом результативності такої роботи може бути сприяння позитивному позиціонуванню Луганщини та розвитку нової сфери туризму – «громадського активізму» шляхом використання організованих Програмою розвитку ООН обмінних візитів, форумів та інших заходів, яких лише за 2016-2017 роки налічується понад 50.

Учасники Пленуму наголошують на тому, що для регіонів України, з їх давнім і самобутнім історичним та етнокультурним надбанням, особливо значення набуває розвиток і збереження народних кустарних промислів і ремесел, що може стати унікальним фактором конкурентоспроможного туристичного продукту в туристично-самобутньому аспекті.

Окремо відзначено важливі кроки держави щодо розвитку туризму в унікальному за своїми природними властивостями Карпатському регіоні, запорукою чого є приєднання України у лютому 2017 р. до Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат, вчиненого 27 травня 2011 р. в м. Братиславі представниками шести східноєвропейських країн – Чехії, Угорщини, Польщі, Румунії, Сербії та Словаччини.

Серед факторів сприяння розвитку туризму на регіональному рівні учасники також назвали удосконалення транспортного забезпечення за рахунок формування туристичних транспортно-логічних систем, які повинні ґрунтуватися на принципах раціональності, емерджентності, системності, ієрархії, формалізації та інтеграції.

Разом з тим, на думку учасників Пленуму, стабільне зростання туристичної галузі в Україні та інші позитивні тенденції розвитку туризму стикаються з рядом проблем, серед яких є як давні, так і актуалізовані нещодавно, без вирішення яких не варто сподіватися на реалізацію викладених вище стратегій, планів і програм, якими б змістовним вони не були.

Основна проблема розвитку туристичної галузі в Україні полягає, на думку учасників Пленуму, в незбалансованості потенціалу туристичної галузі України з рівнем інфраструктурного, кадрового та організаційно-правового забезпечення його реалізації. Суміжною з цим проблемою є відсутність цілеспрямованого поточного розвитку туристичних ресурсів як на державному, так і на громадському рівні. Незважаючи на велику кількість стратегій, концепцій, рекомендацій, державна підтримка туристичної галузі є недостатньою, і ця проблема з огляду на нерозвиненість основних інфраструктурних об'єктів не вирішується на місцевому рівні та зусиллями окремих підприємців.

Учасники Пленуму зазначають, що незважаючи на позитивну статистику останніх років, стан галузі туризму, подорожей і рекреації в Україні залишається на досить низькому рівні. Залишається нереалізованим потенціал курортно-рекреаційної сфери і туризму, що внесені до Переліку пріоритетних галузей економіки розпорядженням Кабінету Міністрів України від 14 серпня 2013 р. № 843-р відповідно до Закону України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць».

В цілому розвитку туризму на регіональному рівні приділяється недостатньо уваги, хоча регіони та територіальні громади мають стати основною ланкою

розвитку внутрішнього туризму в Україні, як це має місце в інших державах світу.

До того ж, в різних регіонах України спостерігається несприятлива ситуація з раціональним використанням природо-ресурсного та рекреаційного потенціалу. Спостерігається необґрунтована монополізація санаторно-курортними закладами природо-рекреаційних ресурсів, що порушує гарантоване Конституцією України право громадян користуватися природними ресурсами включно з морськими та річковими узбережжями, перешкоджає розвитку мережі приватних закладів, нівелює переваги конкурентного середовища та призводить до зменшення попиту на послуги вітчизняної туристичної індустрії. Високий і стабільний попит на відпочинок на морському узбережжі Чорного моря спричиняє виснажливий спосіб використання його ресурсу. Екологічну ситуацію погіршують неврегульованість відносин власності та неконтрольованість приватної підприємницької діяльності з надання туристичних і санаторно-курортних послуг населенню.

В контексті регіонального розвитку учасники Пленуму звернули увагу на необхідність організації позасезонних культурних, пізнавальних і спортивних заходів, щоб продовжити туристичний сезон, зокрема реабілітаційного туризму.

Серед названих учасниками Пленуму проблем, особливо для внутрішнього туризму, слід виділити не лише низьку якість послуг вітчизняної туристично-рекреаційної індустрії, але й несправедливу та невиправдану ціну на такі послуги, неадекватну платоспроможності більшості населення країни. Крім того в окремих регіонах України, в т.ч. у традиційних туристично-рекреаційних центрах, мають місце процеси здрібнення готелів та інших місць тимчасового розміщення туристів, а також триває зменшення кількості та місткості санаторно-курортних і оздоровчих закладів.

Однією з центральних проблем розвитку туризму в Україні, як зазначили учасники Пленуму, є недостатність державної підтримки. З 2011 по 2016 р. Україна мала дефіцит державного бюджету, що коливався в межах від -0,56% (-30 898,5 млн грн) у 2015 р. до -4,60% (-72 030,5 млн грн) у 2014 р., на цьому фоні видатки консолідованого державного бюджету на охорону навколишнього природного середовища складали від 0,67% (3482 млн грн) у 2014 р. до 1,11% (5594 млн грн) у 2013 р., що є явно недостатнім для освоєння, охорони, відновлення та відтворення природних ресурсів держави, зокрема її рекреаційно-туристичного потенціалу. На жаль, така тенденція продовжується і у 2017 р., коли за шість місяців поточного року спостерігається профіцит державного зведеного бюджету, а видатки на охорону навколишнього природного середовища склали лише 0,6% від запланованих.

Певною мірою така ситуація викликана відсутністю в Україні спеціального центрального органу виконавчої влади (нині опікується туризмом і веде ліцензійний реєстр туроператорів надмірно перевантажене функціями і повноваженнями мегавідомство – Мінекономрозвитку України), який би забезпечував формування і здійснював державну політику у сфері туризму, курортів і використання ресурсів рекреації. При цьому фактично не виконує своїх функцій Координаційна рада з питань туристичної діяльності, створеної при Кабінеті Міністрів України.

Учасники Пленуму визнали недостатню увагу держави до організаційно-правової складової реалізації державних та місцевих стратегічних завдань і цільових програм розвитку туризму, особливо в частині застосування нових форм співпраці держави і приватного бізнесу для розбудови рекреаційно-туристичної діяльності в Україні та удосконалення відносин власності в рекреаційно-туристичному природокористуванні. Існуюче законодавче регулювання відносин власності на рекреаційно-туристичні

природні ресурси є недосконалим, потребує наукового обґрунтування ознак та критеріїв, за якими рекреаційно-туристичні природні ресурси повинні перебувати виключно у державній власності і використовуватися лише державними підприємствами (наприклад, використовувати свердловини з лікувальною мінеральною водою має підприємство з державною формою власності, що дозволить встановлювати державні ціни та не збільшувати їх при реалізації води санаторіям, а також постачати мінеральну воду в першу чергу установам рекреаційної сфери, а потім – у роздрібний продаж тощо). Окремо потребують наукового обґрунтування та визначення критерії і ознаки, за якими рекреаційно-туристичні природні ресурси можуть бути в інших формах власності та використовуватися різними власниками основних факторів виробництва.

Учасники Пленуму відзначили, що зменшення в'їзного туристичного потоку і реалізації туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку викликано фінансово-економічною кризою, що загострилася останніми роками, і подіями, пов'язаними з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей. Прикладом цього може бути ряд розроблених туристичних продуктів для запровадження на території Луганської області, що стосувалися сільського зеленого, промислового, оздоровчого, пізнавального, спортивного та інших виді туризму, які залишилися нереалізованими внаслідок військових дій.

На сьогодні вітчизняна туристична галузь не в повній мірі використовує потенціал міжнародного досвіду розвитку туризму, зокрема досвіду країн ЄС в частині пакетних турів, особливості застосування яких визначені законодавством ЄС. Основною характеристикою пакета послуг у пакетних турах відповідно до Директиви ЄС №2015/2302 є те, що один

оператор як організатор несе відповідальність за належне виконання комплексу послуг в цілому.

Залишається поза увагою також досвід забезпечення безпеки туристів, розвитку доступного туризму, а низькі доходи туристичних підприємств та брак бюджетних коштів не дозволяють належним чином розвивати інфраструктуру туристичної діяльності та об'єкти туристично-рекреаційного характеру, залучати відповідні інвестиції. Практично відсутня, на відміну від практики багатьох країн, державна підтримка зеленого та екологічного туризму.

Учасники Пленуму відзначають, що істотною проблемою розвитку сфери туристичних послуг в Україні також є низький рівень професійності і правосвідомості вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності. Так, згідно з Ліцензійним реєстром суб'єктів туropераторської діяльності, що ведеться Мінекономрозвитку України, за станом на 30 серпня 2017 р. із 2550 туropераторів, представлених в реєстрі, з дотриманням вимог законодавства працюють лише 427, які у повному обсязі виконали вимоги ліцензійних умов, насамперед вимоги щодо гарантій фінансового забезпечення туropератора (як правило, сума гарантії складає 10 або 20 тис. євро). В частині професіоналізму працівників туropераторів і турагентств недоліком є відсутність належного рівня комунікації між ним, а також із зарубіжними партнерами туристичної сфери.

Вітчизняні туристичні фірми часто не враховують сучасні тенденції персоналізації туристичних послуг. Згідно з опитуваннями близько 1600 туристів по всьому світу, проведеними наприкінці 2016 р. деякими постачальниками технологій компанії Sabre Corporation для індустрії туризму і подорожей, зокрема технології продажу тарифів перевізників, з'ясувалося, що другим за значимістю фактором, що визначає вибір тієї чи іншої туристичної послуги, стали персональні промо-розсилки і спеціальні

пропозиції, сформовані з урахуванням індивідуальних уподобань мандрівника. Врахування вимог щодо персоналізації швидко набуває ознак нового стандарту обслуговування туристів. Крім того, індивідуалізацію туристичних послуг можна здійснювати не лише з точки зору споживача послуг, але й з точки зору індивідуальних властивостей і ресурсів відповідної дестинації, використовуючи ресурси, які відрізняють її від інших територій.

Учасники Пленуму відзначають, що для підтримання стійкого і зростаючого попиту на туристичні послуги надавачі туристичних послуг мають враховувати і забезпечити позитивний вплив основних параметрів, що визначають якість послуг та рівень задоволення потреб туриста (житло, місце, ландшафт, екскурсійні програми, цінова карта) з тим, щоб активно формувати його мотивацію відвідати відповідне місце туристичної подорожі неодноразово в майбутньому, а це свідчитиме про туристичну конкурентоспроможність регіону.

Необхідно також вдосконалити інфраструктуру підтримки екологічного туризму та природоохоронних заходів (походи, альпінізм, спостереження за птахами та тваринами, гірський велосипед, фотополювання, кемпінги, збирання лікувальних трав (трав'яний туризм) тощо), особливо в межах існуючих національних парків регіонів.

Туризм, як особлива сфера господарської діяльності, що пов'язана з наданням специфічних масових послуг, не вимагає значних капіталовкладень та інших матеріальних ресурсів. Це, здебільшого, є причиною недостатньої уваги науки до цієї галузі, і на сьогодні бракує системних наукових досліджень закономірностей і засад розвитку туризму, зокрема в частині формування і здійснення інвестиційної політики в галузі, контролю якості туристичних послуг, які б відповідали реальній ролі туризму в національній економіці.

Більшість наукових досліджень туризму в Україні є занадто абстрактними, не відповідають практичним потребам. Недостатнім є дослідження значимості історичної та культурної спадщини країн в контексті її можливого використання для формування специфічних привабливих туристичних продуктів (системних турів), Мало уваги приділяється розробкам методик формування страхових фондів туристичних операторів та фінансових механізмів їх використання, практично відсутні дослідження в сфері безпеки туризму та актуарні розрахунки страхування ризиків в сфері туристичної діяльності. Не досліджується ефективність інвестицій в туристичну галузь, які, виходячи з практики країн, де цій сфері приділяється достатня увага, є одними з найбільш привабливих вкладень з точки зору віддачі і швидкості окупності. Проблемою, що також отримує мало уваги, є роль туризму в формуванні середнього класу, який вважається основним рушієм економіки, генератором соціальної активності та свідченням рівня доходів та якості життя у суспільстві.

Учасники Пленуму дійшли висновку, що розвиток туризму може стати локомотивом для відродження сталих темпів економічного зростання в Україні, поліпшення платіжного балансу країни, підвищення рівня зайнятості і доходів населення, забезпечення належної якості життя, збереження сільських поселень та історико-культурної спадщини, поширення позитивного іміджу України у світі.

Виходячи з викладеного, учасники XI Пленуму Правління Співки економістів України, віддаючи належне активним діям влади за останні два роки у справі формування прогнозно-планової основи розвитку туризму і рекреації в Україні відповідно до вимог законодавства ЄС та кращої світової практики у реалізації цілей сталого розвитку, висловили і схвалили наступні висновки, рекомендації та пропозиції.

1. Україна потребує формування і здійснення єдиної державної політики щодо запровадження прийнятних форм і прав власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси з урахуванням їх соціальної значущості, унікальності, а також визначення на основі цього природних рекреаційних ресурсів як тих, що можуть перебувати лише в державній власності та використовуватися державними підприємствами, так і тих, що можуть перебувати в інших формах і правах власності та використовуватися підприємствами приватного сектора економіки чи громадськими та іншими неприбутковими організаціями.

2. Потребує невідкладного удосконалення нормативно-правова база регулювання відносин з приводу реалізації форм і прав власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси, що виникають між державою, власником, користувачами і третіми особами; формування договірних відносин між суб'єктами власності; вдосконалення системи плати за використання рекреаційно-туристичних природних ресурсів; мотивації природокористувачів до залучення рекреаційно-туристичних природних ресурсів до господарського обороту.

3. Має бути запроваджений на рівні підзаконного акту механізм встановлення та контролю виконання системи соціо-еколого-економічних обмежень щодо форм і прав власності у процесі використання, обміну та споживання природних рекреаційно-туристичних ресурсів.

4. Потребують законодавчого врегулювання процедури встановлення мінімально допустимих розмірів трансакцій державного управління при передачі у власність рекреаційних природних ресурсів, а також контролю та специфікацій форм і прав власності на природні рекреаційно-туристичні ресурси.

5. Потребує нормативного врегулювання порядок формування та впровадження системи нормативів щодо

скидів і викидів забруднюючих речовин та лімітів споживання рекреаційно-туристичних природних ресурсів рекреаційно-туристичною сферою та іншими секторами економіки.

6. Запровадити рішенням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері туризму і курортів ефективний механізм використання кадастрової інформації про рекреаційно-туристичні території та ресурси як екосистемну сукупність рекреаційних та інших природних ресурсів.

7. Доцільно сформувати і впровадити єдину систему економічного та економіко-екологічного моніторингу, контролю та експертизи стану основних фондів суб'єктів рекреаційно-туристичної сфери і їх впливу на природні рекреаційні ресурси, дотримання ними обмежень та обтяжень при використанні природних ресурсів, відомості якої мають використовуватися насамперед для своєчасного реагування на порушення обмежень щодо форм і прав власності на природний об'єкт та інтересів третіх осіб, для формування висновків про необхідність зміни форми, права або суб'єкта власності на природний ресурс з метою його збереження, відтворення та раціонального використання.

8. Потребує законодавчого врегулювання порядок створення організаційних механізмів доступу громадськості до оцінювання напрямів використання рекреаційно-туристичних природних ресурсів, шляхів їх здійснення, контролю над проведенням торгів, аукціонів, які стосуються природних ресурсів, зміни форм, прав та суб'єктів власності.

9. Доцільно створити спеціальний центральний орган виконавчої влади (наприклад, Державну службу у справах туризму і курортів України), який би забезпечував формування і здійснення єдиної державної політики у сфері туризму, використання природних ресурсів та розвитку рекреаційно-туристичної діяльності тощо на основі

перерозподілу компетенції, прав, обов'язків і функцій існуючих державних органів з метою підвищення ефективності рекреаційно-туристичної діяльності. Для ефективної роботи такого органу управління необхідно вдосконалити існуючу інформаційну базу даних про використання природних ресурсів і стан рекреаційно-туристичної діяльності з позицій відносин власності на рекреаційно-туристичні природні ресурси та основні виробничі фонди суб'єктів господарювання. Ця інформація повинна містити не тільки економічну та грошову оцінку природного ресурсу, але й аналіз альтернатив його використання з позиції національної економіки.

10. Забезпечити законодавчу основу для державної підтримки традиційних кустарних промислів і ремесел регіонів України, зокрема Полтавщини, які становлять важливу складову для розвитку не тільки внутрішнього етнотуризму, але й в'їзного туризму з метою пізнання культурних надбань українського народу та збереження і відродження народних промислів у площині включення їх до складу нових туристичних маршрутів, атракцій, мистецьких свят і подій та послуг сільського зеленого туризму та надання можливості народним майстрам презентувати свої вироби, включитися до регіонального туристичного кластеру, розвивати підприємництво у сфері туризму (особливо зеленого) та більш широкий культурний обмін.

11. Внести зміни до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. в частині відображення завдань щодо розвитку ринку послуг розміщення у сфері сільського зеленого туризму, що потребує додаткових та окремих зусиль з боку держави та всіх зацікавлених сторін, а також стосовно створення належних умов ведення сільського туризму, формування єдиної комплексної державної політики і нормативно-правового забезпечення цього виду діяльності, які б поєднували помірний протекціонізм зі

стимулюванням приватної ініціативи та враховували обмежені бюджетні ресурси органів місцевої і регіональної влад і відсутність у них належних повноважень щодо використання таких коштів для самостійного фінансового й економічного стимулювання розвитку сільського зеленого туризму.

12. Запровадити практику розробки регіональних стратегій розумної спеціалізації в регіонах, які мають потенціал розвитку туризму та рекреаційної діяльності.

13. Для підвищення ефективності економіки вражень необхідно розробити і запровадити рішенням Уряду організаційно-економічний, фінансовий і правовий механізми її функціонування, поклавши в основу планування її розвитку: раціональне розміщення продуктивних сил регіону з урахуванням рекреаційних, історичних, етнічних особливостей території, створення відповідних інфраструктурних секторів, що забезпечують рекреаційно-туристичну сферу комфортними готелями, ресторанами, зонами відпочинку, зменшення негативного впливу на природні рекреаційні ресурси.

14. Пропонується визначити на державному рівні шляхи розробки й упровадження інструментів моніторингу факторів, що впливають на розвиток сталого туризму.

15. З метою використання потенціалу єврорегіонального і транскордонного співробітництва у сфері туризму пропонується розширити повноваження місцевих органів влади та територіальних громад, зокрема в частині зобов'язання їх розглядати і вирішувати питання розвитку сталого туризму як пріоритетні та ініціювати розробку і здійснення проектів розвитку різних, властивих відповідній території, видів туризму, туристичних продуктів, об'єктів туристичної інфраструктури та надати їм відповідні видаткові повноваження щодо використання бюджетних коштів на розробку таких проектів з використанням

механізму публічних закупівель та на їх реалізацію спільно з суб'єктами господарювання на умовах публічно-приватного партнерства.

16. Започаткувати регіональні програми підвищення кваліфікації працівників сфери туризму і рекреації з питань менеджменту у туризмі, створення унікальних місцевих туристичних продуктів і їх пропозиції споживачам, організації сервісу та екскурсійно-логістичного супроводу туристів.

17. Провести вдосконалення підготовки кадрів у сфері туризму відповідно до міжнародних стандартів класифікації освіти, зокрема запровадити підготовку кадрів за освітнім напрямом «Туризм», змінити галузь знань «Сфера обслуговування» на галузь знань «Гостинність» і розробити нові стандарти з відповідним змістом стандартів за напрямками: «Туризм», «Готельна справа».

18. Покласти на економічні підрозділи посольств України обов'язки планування і здійснення цільової повномасштабної роботи по просуванню потенційних туристичних продуктів України на зарубіжних ринках з метою підвищення привабливості країни для іноземних туристів, популяризації України у світі, просуванню бренд-меседжу «Україна – країна, приваблива для туризму» та формуванню стійкої тенденції зростання обсягів в'їзного туризму, зокрема з використанням ресурсів і можливостей зарубіжних виставок, бізнес-форумів, конференцій та інших заходів, у тому числі на основі об'єднання зусиль органів державної влади, представників туристичного бізнесу та інституцій громадянського суспільства. Створення позитивного іміджу регіону чи країни має розглядатися сьогодні як одне з найбільш пріоритетних завдань державної політики і національної безпеки.

19. Необхідно налагодити комунікацію між центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування і

реалізує державну політику у сфері туризму та Мінкультури України з метою реалізації в Україні сучасних світових трендів у динамічному нарощуванні сфери культурного туризму, який здатен створювати специфічні можливості зайнятості, незалежно від місцезнаходження культурно-історичних об'єктів туристичного інтересу, стримувати міграцію із сільських регіонів, забезпечувати доходи для утримання і збереження об'єктів культурної спадщини, зміцнювати у приймаючих місцевих громад почуття патріотизму та власної гідності.

20. Доцільно в кожній області, яка має потенціал розвитку туризму, створити організацію для координування діяльності з формування відповідної інфраструктури та маркетингу туристичного продукту регіону. Ця організація матиме статус неурядової неприбуткової організації, у створенні якої мають взяти участь представники всіх суб'єктів господарювання та організацій (зацікавлених сторін), що входять до туристично-рекреаційного сектору регіону або здійснюють вплив на регіональні ланцюги створення вартості у ньому.

21. Необхідно розширити застосування інформаційно-комунікаційних технологій в розробці туристичних маршрутів та стратегій розвитку дестинацій з урахуванням їх історії, культури і місцевих особливостей, зокрема, створити онлайн-платформу для підтримки персоналізованих туристичних послуг.

22. Вивчити, узагальнити та розповсюдити кращий зарубіжний досвід щодо організації управління сталими ланцюгами постачань в рамках туристично-рекреаційних кластерів, зокрема в Європейському Союзі, та розробити відповідні методичні і презентаційні матеріали щодо організації управління сталими ланцюгами постачань в рамках туристично-рекреаційних кластерів, забезпечити відкритий доступ до них через інтернет, а також провести

низку відповідних тренінгів в регіонах для представників існуючих туристично-рекреаційних кластерів та фахівців органів регіонального управління і органів місцевого самоврядування, які відповідають за розвиток туристично-рекреаційного сектору на відповідній території.

23. Розмістити державне замовлення в провідних вищих навчальних закладах регіонів, які мають певний потенціал розвитку туристично-рекреаційного сектору, стосовно розробки навчальних матеріалів та підготовки необхідної кількості фахівців зі спеціалізацією «Менеджмент в туристично-рекреаційному кластері».

24. Потребує юридичного визначення поняття сільського зеленого туризму та правових засад надання відповідних туристичних послуг, а також врегулювання підстав і порядку надання державної підтримки цій формі діяльності сільських мешканців. Це має бути реалізовано шляхом внесення змін до спеціального Закону України «Про туризм». При цьому існуючий проект Закону України про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму (реєстр. № 2232а), прийнятий Верховною Радою у першому читанні, не придатний для реалізації цієї пропозиції з огляду на його юридичну недосконалість.

25. Визнати, що важливою передумовою розвитку вітчизняної сфери туризму є проведення цільових науково-прикладних досліджень закономірностей і методів управління процесом надання туристичних послуг і матеріально-інформаційними потоками з метою визначення «вузьких місць» в логістичному ланцюгу – як з позицій результативності роботи туристичної транспортно-логістичної системи, так із позицій раціоналізації витрат на утримання її окремих складових, та підготовки відповідних рекомендацій з примірним переліком показників ефективності функціонування туристичної транспортно-

логістичної системи для використання суб'єктами туристичного бізнесу.

26. Необхідно розробити цільову державну програму з відповідними завданнями регіонального масштабу щодо розвитку інфраструктури туризму, за якістю, яка відповідає міжнародним стандартам, частині спорудження міні-кемпінгів, низькоповерхових (до 4-х поверхів) готелів, об'єктів громадського харчування, інших споруд житлово-побутового призначення, а також модернізації та утеплення існуючих таких об'єктів, з використанням енергозберігаючих конструктивних матеріалів з деревини (наприклад, CLT і WWCB-панелей) та поширених у багатьох країнах світу технологій спорудження пасивних і екобудинків, що забезпечують швидке виконання робіт, високу якість споруд та їх еколого- і енерго- ефективну експлуатацію.

27. Визнати, що однією із істотних умов конкурентоспроможності туристичного підприємства є наявність у його структурі служби логістики туризму, яка б відповідала за постачання матеріально-технічних ресурсів, їх складування, управління запасами, координувала б свою діяльність з транспортним підрозділом, відділом маркетингу, іншими службами. Така служба повинна мати необхідне інформаційне забезпечення і бути укомплектована фахівцями, які пройшли базову підготовку з логістики.

28. Для забезпечення подальшого розвитку різних форм туризму в Україні і активного формування конкурентоспроможних туристичних продуктів органам влади та органам місцевого самоврядування слід передбачити у регіональних стратегіях і програмах розвитку туризму заходи щодо сприяння налагодженню системи комунікації між суб'єктами туристичного бізнесу, котра дозволить розширити існуючу клієнтську базу за допомогою використання інформації стосовно уподобань споживачів, на основі яких буде удосконалено туристичний продукт, щоб він

став більш привабливим, та визначити сутнісні детермінанти споживчої поведінки і оцінити якість змін, що відбулися, на рівні певних сегментів споживачів.

29. За участю місцевих органів влади та суб'єктів господарювання розробити стратегії гастрономічного туризму, з поєднанням історії місцевості та її кухні для диверсифікації туристичних маршрутів і розробки кооперативних туристичних проєктів для зв'язку місцевості, історії та гастрономії.

30. З метою належного забезпечення прав та законних інтересів громадян-споживачів туристичних послуг необхідно внести зміни до законодавства щодо посилення відповідальності туроператорів і турагентів за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, шляхом встановлення вимог обов'язкової наявності у них гарантованого фінансового забезпечення такої відповідальності у розмірі, що дорівнює сумі їхніх зобов'язань перед туристами щодо надання послуг до повного виконання договору на туристичне обслуговування. При цьому слід передбачити, що дохід туроператорів і турагентів формується шляхом відображення платежів туристів через рахунок 69 «Доходи майбутніх періодів», і тільки після виконання умов договору на рахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг».

31. Визнати за необхідне проведення наукових досліджень з проблем державного контролю якості надаваних (наданих) туристичних послуг, застосування механізмів моніторингу якості таких послуг, критеріїв оцінки якості і порядку здійснення оцінки якості туристичних послуг

з метою розробки обґрунтованих пропозицій щодо законодавчого врегулювання цього питання відповідно до сучасних вимог щодо державного контролю та пріоритетних напрямів розвитку туризму, визначених державою.

32. З метою визначення вагомості туризму для національної економіки, обсягів туристичного споживання, економічної ефективності суб'єктів туристичної діяльності для держави та забезпечення якості туристичних послуг необхідно запровадити у державній статистиці сучасний механізм збору і обробки статистичної інформації щодо туризму в системі сателітних рахунків згідно з міжнародними рекомендаціями, що дасть змогу оцінити внесок туризму в економіку країни, агрегувати значний обсяг первинних даних стосовно туристичної діяльності і відстежувати динаміку галузі туризму у валовому національному продукті країни.

33. Реалізація завдань глави 16 «Туризм» Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію країни та ЄС, Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. та цілей Національної доповіді «Цілі Сталого Розвитку: Україна» потребує істотного вдосконалення спеціального законодавства про туризм, приведення його у відповідність із законодавством Європейського Союзу та іншими міжнародними актами у сфері туризму. Для цього невідкладно має бути розроблена нова редакція Закону України «Про туризм», який був прийнятий ще у вересні 1995 р., з тих пір зазнав лише незначних косметичних змін і нині містить багато положень, що суперечать іншим законам України і міжнародним документам.

34. З метою забезпечення високих темпів розвитку туристичної індустрії, насамперед на регіональному рівні, пропонується прийняти відповідні нормативно правові акти стосовно:

- удосконалення управління економічною безпекою суб'єктів господарювання туристичної та курортно-

рекреаційної сфери, безпекою життєдіяльності споживачів їх послуг;

- подальшого розвитку таких перспективних напрямів курортно-рекреаційного туризму, як духовний, спортивний, зелений, пригородницький, кулінарний тощо;

- удосконалення державної соціальної політики, спрямованої на забезпечення доступності туристичних та курортно-рекреаційних послуг для малозабезпечених верств населення, осіб з особливими потребами та інших форм доступного туризму.

35. Звернути увагу всіх учасників туристичного ринку України на те, що забезпечення їхньої ефективної взаємодії і реалізації потенціалу організаційного, економічного і фінансового механізмів регулювання розвитку сфери туризму та курортів їхня діяльність має враховувати бізнес-інтереси суміжних галузей, узгоджуватися з стратегічними пріоритетами розвитку туристичних дестинацій, соціокультурними особливостями територіальних громад, відповідати трендам макрорегіональних перспектив розвитку туризму.

36. Необхідно забезпечити повну реалізацію положень і можливостей Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат, який вчинений 27 травня 2011 р. і до якого приєдналася Україна у лютому 2017 р., спрямованих на збалансований та ефективний розвиток туристично-рекреаційної галузі у Карпатах, зокрема шляхом:

- розроблення та реалізації регіональних і місцевих програм розвитку інвестиційної діяльності на території гірських районів України, спрямованих на заміщення державного бюджетного фінансування проектів розвитку їх економіки (у т.ч. з визначенням серед пріоритетних сфер інвестування туристично-рекреаційного комплексу) шляхом створення інвестиційних фондів, кластерів, інших об'єктів

інвестиційної інфраструктури, у тому числі транскордонних, залучення коштів іноземних інвесторів, трудових мігрантів;

- збільшення обсягів та практик використання механізмів державно-приватного партнерства, у т.ч. у формі концесій, для реалізації проектів з модернізації туристичної та транспортної інфраструктури, освоєння природних ресурсів (джерел мінеральних вод, лікувальних грязей), реконструкції, збереження та реставрації культурних пам'яток;

- розроблення механізмів надання туристичних об'єктів та природних ресурсів у довготривалу оренду за умов капітальної реставрації, належного утримання пам'яток архітектури, відкритого доступу до них, забезпечення умов дотримання екологічної безпеки;

- звільнення від сплати податку на прибуток новозбудованих та модернізованих підприємств туристично-рекреаційної сфери у гірських районах (санаторно-курортні заклади, інші заклади колективного розміщення, бювети, грязелікарні, відпочинкові комплекси, які надають послуги проживання та харчування для туристичних груп) терміном на 10 років (із внесенням відповідних змін до Податкового кодексу України);

- активного залучення суб'єктів туристично-рекреаційного бізнесу до проектів транскордонного співробітництва, зокрема, у грантовій Програмі транскордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства «Польща-Білорусь-Україна 2014-2020».

37. Однією із найбільш поширених і перспективних організаційних форм розвитку ринку туристичних послуг України є формування туристичних кластерів, що актуалізує завдання поширення серед туристичних компаній України знань про переваги кластерної моделі співробітництва, ефективні види кластерів та процеси кластероутворення, досвід і попередню оцінку доцільності й ефективності кластерів, що формуються, а також потребує вдосконалення

типології кластерів, розширення переліку критеріїв їх класифікації, розробки технології формування туристичних кластерів та розробки і затвердження на регіональному і загальнодержавному рівні відповідної стратегії становлення кластерних ініціатив туристичних компаній на ринку туристичних послуг України.

38. Необхідно підвищити роль об'єднань суб'єктів туристичного ринку як неприбуткових саморегулювальних організацій, які б могли взяти на себе ряд функцій в частині організації і сприяння розвитку вітчизняного туристичного ринку, зокрема поширення і розвитку системи добровільної стандартизації туристичної діяльності з урахуванням вимог конкурентного середовища і інтересів споживачів, консультування і надання юридичної допомоги, захисту прав і інтересів туристів, поширення інформації про вітчизняні туристичні продукти та об'єкти туризму історико-архітектурного і культурного характеру, а також могли б здійснювати загальну координацію підприємницької діяльності у сфері туризму.

* * *

Реалізація викладених вище пропозицій та врахування висновків учасників Пленуму у роботі органів влади, органів місцевого самоврядування, всіх суб'єктів ринку туристичних і пов'язаних з ними послуг сприятиме належній реалізації державної політики щодо розвитку сталого туризму, виконанню відповідних державних і регіональних стратегій та програм, впровадження кращого досвіду інших країн, посиленню конкурентоспроможності і ділової активності вітчизняних туристичних підприємств, інших галузей туристичної індустрії та досягненню, у підсумку, подальшого зростання іміджу України у світі як привабливої, вражаюче цікавої, бажаної і безпечної для туризму і подорожей країни.

Учасники Пленуму одностайно прийняли рішення оприлюднити матеріали Пленуму на сайті Спілки та видати їх окремою брошурою для поширення серед членів Правління Спілки, її наукових секцій і регіональних осередків, органів влади та органів місцевого самоврядування, вищих навчальних закладів, які готують фахівців у сфері туризму, та ряду науково-дослідних установ, що займаються проблематикою туристичної діяльності.