

## **ДЕРЖАВНА ТУРИСТСЬКА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ, РЕАЛІЗАЦІЇ, МОНІТОРИНГУ**

Туризм є одночасно слідством і вирішальним чинником якості життя в сучасному суспільстві [1].

У сучасних умовах розвиток туризму в гармонійній відповідності із забезпеченням інших основних потреб і видів діяльності суспільства має бути заснованим на розробці стратегічної державної політики, направленої на комплексне вирішення завдань по дослідженню кон'юнктури ринку, наданню туристичних послуг на якісному рівні обслуговування, роботі з потенційними клієнтами, моніторингу цінової політики ринкової пропозиції, конкуруючих фірм і компаній. При цьому позиціонування держави має ґрунтуватися на конкурентоспроможному національному туристичному продукті, що ґрунтується на культурно-історичній спадщині, автентичних традиціях та наявному потенціалі дестинацій.

Оскільки сфера туризму є концентрацією бізнес-структур приватного сектора (як правило, це різноспрямовані по видах діяльності середні, малі та мікропідприємства), без державних інвестицій, направлених на реалізацію стратегічних пріоритетів державної туристської політики, вона є уразливою до негативного впливу економічних, соціально-культурних і екологічних чинників [1], а, отже, відповідальність держави по гармонізації концепції сталого розвитку туризму є ключовою.

Варто підкреслити широкоаспектність наукових й практичних точок зору щодо ефективного планування, регулювання та оптимізації туристської активності. По-перше, критичним чинником сьогодення є нагальність стратегічного управління як ключового фактору успішного функціонування в ринкових умовах; все більше країн усвідомлюють важливість провадження туристської політики як невід'ємної частини зовнішнього і внутрішнього вектору розвитку держави [2].

По-друге, розробка державного стратегічного плану розвитку сектору туризму та системних програм просування туристських послуг на мікрорівні вимагає комплексного аналізу зовнішніх можливостей країни та обліку внутрішніх ресурсів кожного підприємства [3].

Державна туристська політика не може ґрунтуватися виключно на національних підвалинах: будь-яка країна, що виходить на міжнародний туристський ринок, залучається до складної системи конкурентних взаємовідносин з іншими державами та з світовими туристськими регіонами, й від того, наскільки правильно і ефективно вибудовується та реалізовується національна туристська політика, залежить роль і місце конкретної держави на ринку міжнародного туризму [4].

По-третє, значні сплески сезонності та політична нестабільність сьогодні

зумовлюють в нашій державі неоднозначність і невизначеність вибору ефективних методів досягнення стратегічних цілей. Таким чином, великого значення набуває детермінація механізмів й розроблювання кшталтів реалізації державної туристської політики для забезпечення конкурентоспроможності послуг, компаній та сектору туризму в цілому.

Розташування України у центрі Європи формує сприятливі умови для розвитку туризму. Проте, загострення фінансово-економічної кризи, анексія Автономної Республіки Крим та проведення антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно впливаючи на структуру туризму та реалізацію туристичного потенціалу країни на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Внаслідок сприйняття потенційними туристами України як «гарячої точки», країна стрімко втрачає популярність як туристичний напрям. Так, у плинні п'яти років кількість іноземних туристів зменшилася фактично вдвічі.

Наявні ситуація детермінує нагальність удосконалення державної політики у сфері туризму, визначення пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку туризму як високорентабельного сектору національної економіки. Таким чином, стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму як ключового пріоритету, впровадження ефективних економічних та правових механізмів ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів із формування туристичного іміджу України, зумовлять розв'язання системних проблем.

Ключовим вектором туристської політики є інтеграція економічних, політичних, культурних, інтелектуальних і суспільних благ, що генеруються сектором туризму щодо людей, напрямів та країн задля покращання загальної якості життя й забезпечення політики зміцнення миру і стабільності, добробуту приймаючих територіальних громад. Туристська політика є невід'ємною складовою частиною загальної політики держави, як діяльність, щільно пов'язана з економікою, соціальною сферою, культурою, екологією та іншими суспільно значущими системами.

Державна туристська політика – це комплекс механізмів, способів і засобів, направлених державними органами влади на регулювання сектору туризму для досягнення цілей сталого розвитку економіки країни. Вона містить часовий і просторовий аспекти: перший – включає дії, сфокусовані на розвитку туризму в поточному і довгостроковому періодах часу, другий – певні території і регіони, тобто, дестинації (рис. 1).

На часі значення довгострокової туристської політики зумовлене широким спектром завдань розвитку сектору туризму, реалізація яких потребує значних витрат капіталу і часу та порушує структурні зміни господарських механізмів в перспективі.

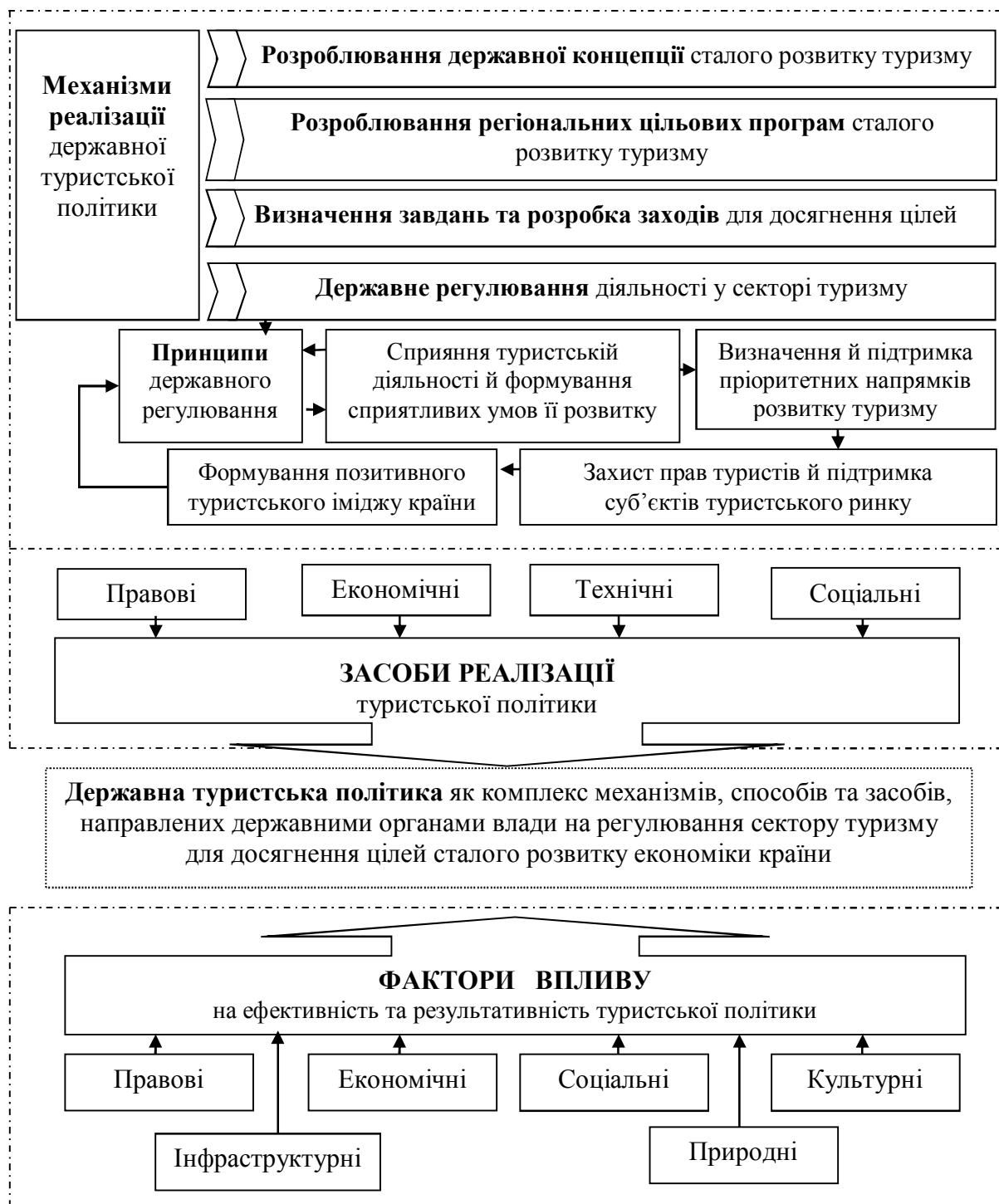


Рис. – Концептуальні засади формування і реалізації державної туристської політики України

16 березня 2017 р. Кабінет Міністрів України ухвалив Стратегію розвитку туризму до 2026 року. Документ розроблено Міністерством економічного розвитку і торгівлі України.

Метою реалізації Національної Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сектору туризму згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, формування високорентабельного й конкурентоспроможного, інтегрованого у світовий

ринок сектору, який забезпечить сталий соціально-економічний розвиток регіонів і держави в цілому, а також має сприяти підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [5].

Реалізація державної Стратегії має на меті: створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, орієнтованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів; брендинг дестинацій, ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу територій; комплексне (поетапне) вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення, системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій; удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг; забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів; організацію системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму.

Варто на разі підкреслити відсутність чіткості щодо цільових аудиторій для яких має формуватися туристичний продукт в рамках просування України.

З метою популяризації та формування іміджу України як країни, привабливої для туризму, сприяння раціональному використанню туристичних ресурсів і оптимізації витрат з державного і місцевих бюджетів на здійснення туристських заходів, основними завданнями Стратегії визначено: створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму; забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації; об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, бізнес-структур сектору туризму, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства; гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави [5].

Документ визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму, що передбачає міжгалузеву координацію та системний розвиток: суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів, турагентів; екскурсійного обслуговування), засобів розміщення (колективних та індивідуальних), транспорту (повітряного; залізничного; автомобільного; водного; міського громадського), туристичних інформаційних центрів, музеїв та галерей, театрів та клубів, конференц-центрів, підприємств ресторанного господарства, спортивних арен, торгових центрів, магазинів, сувенірних лавок, IT-компаній, страхових компанії, медіа-компаній.

Рівномірний та збалансований розвиток передбачено за рахунок територіальної (міжрегіональної) кооперації областей, районів, курортів, територіальних громад, дестинацій.

На державному та регіональному рівні Стратегією визначено пріоритетні

види туризму: міський туризм; екологічний (зелений); етнічний; сільський; культурно-пізнавальний; подієвий; медичний, лікувально-оздоровчий; гастрономічний; релігійний; гірський, спортивний, велосипедний; пригодницький та активний; науковий та освітній; круїзний та яхтовий; шопінг та розважальний туризм тощо.

Варто підкреслити занадто широкий спектр пріоритетів щодо видів туризму, проте на тлі наявної фінансово-економічної кризи й дефіциту коштів, зменшення в'їзного туристичного потоку, доцільним є формування обмеженої сукупності пріоритетів. На разі, враховуючи наявний туристський потенціал України, доречним є розвиток культурно-пізнавального й міського туризму; сільського туризму (в його рамках зеленого, аграрного, екологічного, етнічного та гастрономічного туризму).

Дорожня карта Стратегії включає п'ять векторів реалізації: безпека туристів, удосконалення нормативно-правової бази, розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів та маркетингова політика [5].

Забезпечення безпеки туристів, захист їхніх прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг шляхом, включає: надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі; створення «гарячої» телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів, у тому числі іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги; проведення моніторингу надзвичайних подій, що трапляються з туристами в регіонах; посилення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг;

Удосконалення нормативно-правової бази передбачає імплементацію законодавства ЄС у сфері туризму, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом: внесення змін до Законів України «Про туризм» та «Про курорти»; створення національної туристичної організації; створення режиму сприяння для залучення інвестицій у розбудову туристичної індустрії; приведення у відповідність із міжнародними вимогами методів статистики та впровадження рекомендованої ЮНВТО системи сателітних рахунків; візової лібералізації та спрощення візових процедур; укладення міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму; розроблення і затвердження порядку функціонування туристичних представництв України за кордоном.

Передбачено, що гармонізація національних та міжнародних стандартів, сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом: забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань; впровадження міжнародної системи якості послуг; визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів.

Крім того, Стратегія окреслює засади лібералізації та ефективного регулювання провадження підприємницької діяльності у сфері туризму шляхом: скасування ліцензування туроператорської діяльності; скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних

засобів розміщення; створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу [5].

Розвиток туристичної інфраструктури орієнтований на забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення; комплексний розвиток територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом: проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах; підготовки каталогу інвестиційних проектів; участь інвестиційних проектів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів; визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів.

Збалансоване використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення передбачене шляхом: регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень); створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів; збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності; проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення.

Крім того, документом передбачено формування режиму сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту.

У контексті розвитку людських ресурсів Стратегія орієнтована на удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, шляхом: комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму; гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти та професійної підготовки; затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу; залучення населення до популяризації туризму.

Забезпечення наукового супроводження та досліджень передбачене шляхом: заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу у сфері туризму за результатами проведення конкурсів на регіональному та галузевому рівні.

Національна маркетингова політика розвитку туризму ґрунтується на формуванні позитивного іміджу України шляхом: розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту; маркетингового просування офіційного туристичного бренду України; створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу «Відвідай Україну» (Visit Ukraine); розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості нашої держави; презентації туристичного потенціалу України на

національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо; створення національної туристичної організації.

Формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіональних туристичних продуктів ґрунтується на засадах: створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території); створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів; забезпечення інформаційного супроводу реалізації державної туристської політики.

Досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів передбачає ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сектору туризму [5].

Правовий механізм орієнтований на дотримання контрагентами принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму є нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій.

Основними складовими організаційного механізму є: план заходів з реалізації Стратегії; цільові та регіональні програми розвитку сектору туризму; укладені договори, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом: використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у сектор туризму; надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції; сприяння фінансовому оздоровленню туристичних 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, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній. Фінансове забезпечення реалізації Стратегії передбачене у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших не заборонених законом джерел. Обсяги фінансування визначаються з урахуванням конкретних завдань та у межах коштів, передбачених державним бюджетом на відповідний рік.

З метою успішної реалізації Стратегії передбачене розроблення і

впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників розвитку. Моніторинг реалізації планових заходів передбачено делегувати центральним й місцевим органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування. З метою дотримання об'єктивності та неупередженості процедур до проведення моніторингу доцільно залучати громадські організації, незалежні інститути громадянського суспільства, експертів тощо. Результати моніторингу (у разі відхилення від планових показників) є підставою для коригування планів та програм.

За результатами реалізації Стратегії до 2026 р. передбачено: збільшення у 2,5 рази кількості іноземних туристів, які в'їжджають до України, (2015 р. – 12,9 млн. осіб); збільшення у 5 разів кількості суб'єктів туристичної діяльності (2015 р. – 6,8 тис. од); збільшення у 10 разів обсягів надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, (2015 р. – 37,1 млн. грн); збільшення у 10 разів обсягів надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності (2015 р. – 1,71 млрд грн); збільшення у 5 разів кількості робочих місць у сфері туризму (2015р. – 88 тис. осіб); збільшення у 5 разів кількості внутрішніх туристів (2015 р. – 357 тис. осіб); збільшення у 2,5 рази кількості екскурсантів (2015 р. – 125,5 тис. осіб) [5].

На тлі збільшення цільових показників реалізація Стратегії передбачає збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму до 6,6 млрд. гривень у 2026 році; створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій; функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи з актуальною інформацією про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду; впровадження системи сателітних рахунків; заснування десяти туристичних представництв за кордоном; лібералізацію візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

Реалізація планів та програм Стратегії підвищить конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів; якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до туристських послуг; забезпечить створення нових робочих місць, що розширить можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості; а також забезпечить поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі шляхом створення сучасної туристичної інформаційної інфраструктури.

Враховуючи викладене, варто зазначити, що розробка державної стратегії розвитку туризму в Україні є ключовою умовою в рамках імплементації Угоди про асоціацію з ЄС. Отже, позитивними наразі є прецедент ухвали та оприлюднення Стратегії, розроблювання заходів, планів та програм її реалізації, опрацювання законодавчої бази, формування системи індикаторів моніторингу, активізації конструктивного діалогу влади з представниками бізнесу тощо. При цьому варто зазначити, що незважаючи на позитивний факт



формування сукупності індикаторів результативності реалізації Стратегії, у документі не прописаний інструментарій досягнення очікуваних результатів.

Крім того, нечітко сформульована мета Стратегії, всеосяжність перспективних завдань, формує невизначеність щодо кшталтів реалізації. Як негативний аспект також можна зазначити невизначеність чіткого пріоритету внутрішнього і в'їзного туризму щодо виїзного. Проте, нагальним є формування якісного туристичний продукту і для іноземних туристів, і для резидентів нашої країни.

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ**

1. Нохріна, Л. А. Відповідальність контрагентів в моделі сталого розвитку туризму / Коммунальное хозяйство городов : науч.-техн. сб. сер. : Экономические науки. – Київ : Техніка, 2013. – Вып. 111. – С. 306–313.
2. United Nations Millennium Development Goals by 2030. Sustainable development : knowledge platform [Electronic resource]. – Access mode: <https://sustainabledevelopment.un.org/>
3. UNWTO Annual Report 2016 / World Tourism Organization UNWTO / World Tourism Organization [Electronic resource]. – Access mode: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016-0>.
4. Sustainable Development Goals : Ukraine. 2017 National baseline report [Electronic resource]. – Access mode : [https://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/poland/files/Sustainable\\_Development\\_Goals\\_Ukraine.pdf](https://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/poland/files/Sustainable_Development_Goals_Ukraine.pdf)
5. Розпорядження КМ України від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [Електроний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>.

**Петрова Н. В.**, студентка,  
ф-т архітектури, дизайна и изобразительного искусства,  
науч. рук. – **Радионова Л. А.**, канд. филос. наук, доц.,  
*Харьковский национальный университет  
городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, Украина*

### **РЕКЛАМА В ХАРЬКОВСКОМ МЕТРОПОЛИТЕНЕ – СООТНОШЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ**

9 ноября 2017 года в Киеве состоялось главное бизнес-событие осени. В Украину приехал легендарный автор бестселлера «Бизнес в стиле фанк», шведский экономист и один из мировых бизнес-мыслителей – Кьелл Нордстрем. Кьелл Нордстрем – настоящий пророк новой экономики, только отличие его состоит в том, что мысли его являются не просто гипотезами, но это реальные постулаты, подкрепленные фактами и цифрами. Его выступление началось со слов «будущее уже наступило». Так какое же это наше настоящее будущее?

«Мы живем в матрице. Эта матрица состоит из трех измерений. Измерение №1: одна планета – одна система – капитализм, и никаких исключений в ближайшем будущем, только лишь Северная Корея. Измерения