

Кіктенко О.В.

доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри публічного управління та землеустрою
Класичного приватного університету

Набока К.О.

кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри публічного управління та землеустрою
Класичного приватного університету

Kiktenko Oksana

Doctor of Public Administration, Assistant Professor,
Professor of Department of Public Administration
and Land Management
Classic Private University

Naboka Kateryna

PhD of Public Administration,
Assistant Professor of Department
of Public Administration and Land Management
Classic Private University

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

STATE REGULATION THE COMMERCIALIZATION OF THE TOURIST PRODUCT

Розглянуто основні засади та наявні проблеми державного регулювання сфери туризму в Україні. Визначено поняття державного регулювання комерціалізації туристичного продукту та державного регулювання комерціалізації туристичної сфери. Охарактеризовано сучасний етап розвитку суспільства і визначено, що він характеризується посиленням уваги до індустрії туризму та можливостей її комерціалізації. Зазначено, що процес комерціалізації туристичного продукту потребує відповідного державного регулювання для досягнення максимального задоволення інтересів усіх його учасників. Визначено, що реалізація ролі туристичної сфери у забезпеченні сталого економічного розвитку неможлива без вирішення низки організаційних, економічних та управлінських проблем ефективного її використання шляхом комерціалізації. Запропоновано шляхи підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери.

Ключові слова: державне регулювання, комерціалізація, туристичний потенціал, туристичний продукт, туристична сфера, управління.

Рассмотрены основные принципы и существующие проблемы государственного регулирования сферы туризма в Украине. Определены понятия государственного регулирования коммерциализации туристического продукта и государственного регулирования коммерциализации туристической сферы. Охарактеризован современный этап развития общества и определено, что он характеризуется усилением внимания к индустрии туризма и возможностей ее коммерциализации. Определено, что процесс коммерциализации туристического продукта требует соответствующего государственного регулирования для достижения максимального удовлетворения интересов всех его участников. Определено, что реализация роли туристической сферы в обеспечении устойчивого экономического

развития невозможна без решения ряда организационных, экономических и управленческих проблем эффективного ее использования путем коммерциализации.

Ключевые слова: государственное регулирование, коммерциализация, туристический потенциал, туристический продукт, туристическая сфера, управление.

The basic principles and existing problems of state regulation of tourism in Ukraine are considered. The concept of state regulation of tourism product commercialization and state regulation of tourism sphere commercialization is defined. The modern stage of development of society is characterized and it is defined that it is characterized by increased attention to the tourism industry and opportunities of its commercialization. It is determined that the process of commercialization of tourism product requires appropriate government regulation to achieve maximum satisfaction of the interests of all its participants. It is determined that the implementation of the role of the tourism sector in ensuring sustainable economic development is impossible without solving a number of organizational, economic and managerial problems of its effective use through commercialization. The ways of increasing the efficiency of state regulation of the tourism sector are proposed. State regulation of the commercialization of tourism products should be considered as a set of activities related to the revitalization of the tourism sector. Improvement of the system of state regulation commercialization of the tourism sector involves the definition of conceptualthe principle of state regulation, the formation of the prerequisites for the development of modernmarket, coordination of legal documents in the tourism sector of its commercialization, the creation of a training systemqualified specialists of commercialization. It is noted that today in Ukraine formed an effective system of state regulation of relations in the tourism sector. However, the mechanism of state regulation of commercialization of tourist product has certain disadvantages, namely: the lack of scientifically-based concept of state regulation of commercialization of tourist product; uncertainty of strategic decisions on the development of the national economy based on the tourism sector and the agreed strategy and tactics of their achievement; imperfection of the system of monitoring the market conditions of tourism products; uncoordinated actions of the Central Executive authorities in terms of commercialization of the tourism market; lack of a systematic approach to determining the priorities of state regulation of commercialization of tourism product.

Keywords: government regulation, commercialization, tourism potential, tourist product, tourism, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм у багатьох країнах світу став пріоритетним напрямом розвитку національної економіки, що зумовлено не тільки його динамічністю, високою прибутковістю, а й великим позитивним соціально-економічним і культурним впливом. Оцінка потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів дає підстави стверджувати, що Україна має значні перспективи розвитку туристичної індустрії, але її сучасний стан не відповідає вітчизняному потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів, низькою є її економічна ефективність. Процес активізації внутрішнього та в'їзного туризму нині уповільнюється через низку негативних чинників, до яких належать: нерозробленість нормативно-правової бази; економічна та політична нестабільність у країні; обмеженість асортименту запропонованих послуг; відсутність комплексного бачення країни як перспективного туристичного напрямку; недосконалість інформаційного забезпечення туристичних ресурсів.

Світова практика функціонування найбільш розвинених економічних систем доводить, що

високу конкурентоспроможність господарської діяльності та стабільне економічне зростання забезпечують значною мірою ефективні механізми державного регулювання, у тому числі державного регулювання комерціалізації туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вивченню питання державного регулювання туристичної сфери та комерціалізації туристичного продукту приділяло увагу багато дослідників, зокрема: О.В. Бартошук, В.І. Биркович, О.Г. Давидова, М.Ю. Ільченко, І.В. Кравчук, В.О. Ткач та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття Незважаючи на активізацію дослідницьких зусиль, спрямованих на аналіз питань туризму, певні аспекти державного регулювання та управління цієї галузі залишаються недостатньо розробленими. Бракує робіт, присвячених як теоретичному осмисленню зазначених питань, так і розробленню науково обґрунтованих практичних рекомендацій щодо державного регулювання туристичної галузі на регіональному й місцевому рівнях. Проблема

полягає у протиріччі між існуючими методами регулювання та управління й новітніми економічними тенденціями.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є поглиблення теоретичних і методичних підходів, розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення державного регулювання розвитку туризму в Україні в умовах сталого розвитку економіки регіонів та держави у цілому. Враховуючи, що вплив на туристичну індустрію з боку держави для збалансування приватних та суспільних інтересів у даній сфері здійснюється у вигляді регулювання, важливим вважаємо визначення понять державного регулювання комерціалізації туристичного продукту та державного регулювання комерціалізації туристичної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується посиленням уваги до індустрії туризму та можливостей її комерціалізації. Різні напрями комерціалізації об'єктів туристичної сфери відкривають великі можливості для розвитку, забезпечення конкурентоспроможності та формування виробничо-економічного потенціалу туристичних продуктів й економіки у цілому. Реалізація механізму комерціалізації туристичного продукту забезпечується в умовах становлення ринку туристичної сфери та його відповідної інфраструктури. Водночас процес комерціалізації туристичного продукту потребує відповідного державного регулювання для досягнення максимального задоволення інтересів усіх його учасників. Реалізація ролі туристичної сфери у забезпеченні сталого економічного розвитку неможлива без вирішення низки організаційних, економічних та управлінських проблем ефективного її використання шляхом комерціалізації. Використання туристичного продукту в ринковій економіці здійснюється на засадах її комерціалізації, механізм якої забезпечує безперервний рух туристичного продукту та отримання прибутку.

Під комерціалізацією туристичного продукту розуміються взаємовигідні дії всіх учасників процесу перетворення результатів праці туристичної сфери у ринковий товар [3]. Отже, можна визначити, що комерціалізація об'єктів туристичного продукту – це процес реалізації продукту з метою отримання прибутку. Основна мета комерціалізації – довести конкретну програму до стану продукту, що може стати предметом

інтересу для суб'єктів фінансування. Виділяють такі форми комерціалізації результатів туристичного продукту, як укладання ліцензійних договорів, франчайзинг, інжиніринг, кооперація [2].

Ринкові відносини важливі під час відбору інноваційних продуктів у туристичній сфері, адекватних потребам суспільства, однак здебільшого вони не здатні забезпечити перетворення результатів інноваційної діяльності на товар. У цих умовах важливим важелем комерціалізації об'єктів туристичної сфери повинно стати ефективне державне регулювання [1].

Державне регулювання комерціалізації туристичного продукту – це комплекс дій та заходів, що запроваджуються державою через відповідні органи та нормативне регулювання і державні цільові програми, з метою визначення основних економічних процесів для отримання доходів від приватних і державних об'єктів власності туристичної сфери. Таке регулювання фактично передбачає стимулювання створення прав на нематеріальні активи, які відповідатимуть інтересам усіх зацікавлених груп економічних суб'єктів. Такі дії та заходи формують державну стимулюючу регуляторну політику організаційно-економічних відносин щодо розвитку туристичного продукту [4].

Державне регулювання комерціалізації туристичної сфери – це цілеспрямована діяльність держави зі створення правових, організаційно-економічних і фінансових передумов, необхідних для ефективного функціонування туристичного ринку. Тобто цей процес передбачає сукупність механізмів із боку держави щодо сприяння туристичній діяльності, підтримки інноваційних підходів та утворення ринкового середовища у сфері туристичних послуг. При цьому держава має втручатися лише в передумови та побічні наслідки функціонування туристичного ринку. Слід зазначити, що сьогодні в Україні сформовано ефективно діючу систему органів державного регулювання відносин у туристичній сфері. Проте механізм державного регулювання комерціалізації об'єктів туристичного продукту має певні недоліки, а саме:

- 1) відсутність науково обґрунтованої концепції державного регулювання комерціалізації туристичного продукту;
- 2) невизначеність стратегічних рішень щодо розвитку національної економіки на основі туристичної сфери та узгодженої стратегії й тактики їх досягнення;
- 3) недосконалість системи моніторингу кон'юнктури ринку туристичних продуктів;

4) нескоординованість дій центральних органів виконавчої влади в частині комерціалізації туристичного ринку;

5) відсутність системного підходу до визначення пріоритетів державного регулювання комерціалізації туристичного продукту.

Важливою передумовою ефективності державного регулювання комерціалізації туристичного продукту є врахування в діях держави умов конкретної країни: частка державного сектора, структура економіки, технічний рівень виробництва, природні та політичні умови. Врахування цих умов вимагає від кожної держави індивідуального підходу до визначення межі та методів свого втручання в комерціалізацію туристичного ринку.

Національна програма розвитку туристичної сфери має закласти основи функціонування ринкових відносин у галузі регулювання інновацій відповідно до потреб сучасного ринку та пов'язати процеси маркетингу, фінансування, розроблення, комерційного застосування туристичного продукту. Отже, до цілей державного регулювання комерціалізації туристичного продукту можна віднести: насичення ринку туристичним продуктом; підвищення конкурентоспроможності продукту кінцевого використання; задоволення інтересів усіх учасників процесу комерціалізації.

Щодо методів державного регулювання, то варто виділити методи прямої та непрямої дії, за допомогою яких держава бере участь у регулюванні процесу комерціалізації туристичного продукту. Пряма дія припускає використання адміністративних методів, а непряма – економічних. Найпоширенішими прямими методами державного регулювання по відношенню до туристичної сфери є державне, економічне прогнозування. Непрямі методи державного регулювання, у тому числі й туристичної сфери, традиційно:

1) не пов'язані зі створенням додаткових матеріальних стимулів для їх реалізації;

2) базуються на силі й авторитеті державної влади;

3) включають заходи заборони, дозволу і примусу;

4) передбачають організацію управління підприємствами, державним сектором економіки, державною власністю [4].

Сьогодні туристична галузь України, маючи потужний туристично-рекреаційний потенціал, розвивається без цілеспрямованої, комплексної туристичної політики держави й відпрацьо-

ваних механізмів управління, особливо на рівні регіонів. Туризм в Україні є переважно виїзним, зруйновано систему соціального туризму та рекреації, не відбудовуються важливі складники інфраструктури галузі [1]. Тому в справі державного регулювання галузі існує низка проблем, що потребують вирішення. Найперше – це створення умов для пріоритетного розвитку іноземного (в'їзного) туризму як вагомого чинника поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць. Не менш важливими є зміна цінової політики в галузі рекреації та туризму, розвиток не тільки комерційних, а й соціально значущих їхніх видів.

Вироблення стратегії розвитку туристичної галузі й створення умов для її ефективного впровадження в Україні є складним завданням. Для успішного його вирішення в Україні найприйнятнішою є саме третя модель управління. Щоб удосконалювати механізми державного регулювання туристичної галузі на регіональному та місцевому рівнях з урахуванням даної моделі зарубіжного досвіду, доцільно за допомогою правових важелів, підтримувати туристичну інфраструктуру, розвивати індикативне планування, надавати необхідне державне фінансування (щонайменше часткове) для участі регіону у формуванні й просуванні регіонального турпродукту. Державне регулювання має сприяти й здійсненню маркетингових досліджень, рекламно-інформаційній діяльності, організації та проведенню міжнародних туристичних виставок, конференцій, семінарів, формуванню базового пакету інвестиційних проектів щодо розвитку туристичної інфраструктури тощо.

Регулювання галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їхньої компетенції. До виняткових повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать: визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму; визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними нормами міжнародного права; визначення в законі про державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

І все ж досвід показує, що сучасне туристичне підприємництво функціонує в умовах нена-

лежної нормативно-правової, методичної, організаційної та інформаційної підтримки з боку держави. Це особливо наочно проявляється на рівні малих міст і сільських населених пунктів, у яких туризм може стати важливим чинником соціально-економічного та культурного розвитку завдяки забезпеченню зайнятості населення, розбудові міської інфраструктури, реконструкції та збереженню пам'яток тощо.

У цьому контексті видається необхідним прийняття нових законів, які забезпечать ефективне функціонування галузі, внесення змін до існуючих: законів України «Про туризм», «Про місцеве самоврядування» (щодо функцій органів місцевого самоврядування в галузі туризму). Одним із завдань державного регулювання комерціалізації туристичного продукту в Україні є визначення і підтримка перспективних інноваційних галузей у туристичній сфері та створення об'єктів туристичного ринку, які відповідають інтересам учасників процесу комерціалізації, споживачам кінцевого продукту та суспільству в цілому. Змістовно регулювання розвитку сфери туризму залежить у кожному конкретному випадку від специфіки регіонів. В управлінні регіональним розвитком туризму оптимальною для України є третя модель, яка, як і в розвинених європейських країнах, має працювати в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Така модель визначає можливість використання певного набору методів, важелів і стимулів, що визначені на державному рівні, але відповідальність за формування й ефективне їх використання покладається на регіональні органи влади. В управлінні регіональним розвитком туризму варто користуватися переважно тими важелями, які сприяють процесу регулювання регіонального розвитку. Такими важелями є, насамперед, економічні, які містять у собі реалізацію державних та приватних ініціатив щодо застосування ефективних технологій регіонального управління й раціонального використання рекреаційно-туристичних ресурсів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Результати дослідження свідчать про відсутність послідовного та системного підходу до державного регулювання комерціалізації туристичного продукту в Україні, що зумовлює значне від-

ставання вітчизняної економіки від економіки розвинутих країн світу. Державне регулювання комерціалізації туристичного продукту слід розглядати як сукупність заходів, які стосуються активізації туристичної сфери.

Удосконалення системи державного регулювання комерціалізації туристичної сфери передбачає визначення концептуальних засад державного регулювання, формування передумов розвитку сучасного туристичного ринку, узгодження нормативно-правових документів у туристичній сфері її комерціалізації, створення системи підготовки кваліфікованих фахівців комерціалізації.

Бібліографічний список:

1. Ільченко М.Ю. Необхідне державне сприяння комерціалізації технологій. URL: <http://kpi.ua/1033-4>
2. Биркович В.І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. *Стратегічні пріоритети*. 2007. № 4(5). С. 24–30.
3. Семенов В.Ф. Економічні трансформації та розвиток рекреаційно-туристичної сфери. *Вісник Одеського національного економічного університету*. 2004. № 16. С. 258–262.
4. Маринин М. Какие нужны меры по защите отечественного туризма. *Туризм: практика, проблемы, перспективы*. 1998. № 2. С. 12–18.

References:

1. Ilchenko M.Yu. Neobkhdnederzhavnespriyaniakomertsializatsiitekhnologii [Required government impact of technology commercialization]. URL: <http://kpi.ua/1033-4> (in Ukrainian)
2. Byrkovych V.I. (2007). Udoskonalennia derzhavnoho rehuliuвання rozvytku turyzmu na rehionalnomu rivni [Improvement of state regulation of tourism development at the regional level]. *Stratehichni priorytety*. № 4(5). P. 24–30. (in Ukrainian)
3. Semenov V.F. (2004). Ekonomichni transformatsii ta rozvytok rekreatsiino-turystychnoi sfery [Economic transformation and development of recreation and tourism]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*. № 16. P. 258–262. (in Ukrainian)
4. Marinin M. Kakie nuzhny mery po zashchite otechestvennogo turizma [What a necessary measures for the protection of domestic tourism]. *Turizm: praktika, problemy, perspektivy*. 1998. № 2. P. 12–18. (in Russian)