РОЗВИТОК СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

УДК 351:338.486

О. А. Мельниченко,
д.держ.упр., проф.,
професор кафедри економічної політики та менеджменту ХарРІ НАДУ;
Л. Ю. Величко,
к.ю.н.,
завідувач кафедри права та європейської інтеграції ХарРІ НАДУ,
м. Харків

ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ, КЛАСТЕРИ, НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Забезпечено подальший розвиток тлумачення поняття "індустрія туризму" та "туристичний кластер". Удосконалено класифікацію складових індустрії туризму. Наголошено на необхідності державного регулювання розвитку туристичних кластерів.

Ключові слова: державне регулювання, туристичний кластер, індустрія туризму, сутність, складові.

Поглиблення "майнового розшарування населення більшістю сприймається як об'єктивний наслідок розвитку суспільства і, водночас, як передумова загострення протиріч між окремими верствами населення, зокрема через суперечливе походження капіталів багатіїв і відсутність у бідних коштів на задоволення їхніх фізіологічних потреб" [16, с. 124]. Ще більший розрив між різними верствами населення має місце щодо задоволення економічних і соціальних потреб. При цьому "єдиною різницею між бідними та багатими є те, чим вони займаються у вільний час" [9, с. 59]: частіше за все малозабезпечені "відпочивають" вдома чи неподалік, натомість заможні та багатії віддають перевагу подорожам, освоєнню нових туристичних маршрутів тощо.

Сучасний туризм – це "потужна світова індустрія, на яку припадає 30 % світової торгівлі послугами і 10 % – світового валового продукту" [19, с. 8]. Під впливом "суспільно-політичних чинників у 1970-х рр. туризм як (сфера – *О.М.*) задоволення потреб людини, яка подорожує, перетворився на індустрію – складову світового господарства, потужний господарський комплекс національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому" [4, с. 8]. Нині "туризм є однією з найприбутковіших сфер, яка з року в рік без значних залучень інвестицій та

державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту в Україні" [7, с. 199].

Відтак, відмінні можливості різних верств населення до організації власного відпочинку та суспільна значущість цього процесу зумовлює необхідність державного регулювання розвитку індустрії туризму. Означене й зумовлює актуальність даного дослідження.

Різні аспекти розвитку індустрії туризму стали наріжним каменем близько 80 дисертаційних досліджень з державного управління, економіки, географії, історії, культурології, політології, права, соціології, філософії тощо. Попри це науковці зберігають інтерес до цієї проблематики. Зокрема, Н. Алєшугіна, Г. Андреєва М. Бондаренко, Р. Драпушко, П. Коваль витлумачують сутність поняття "індустрія туризму". Е. Артєм'єв, І. Посохов розробили рекомендації з використання досвіду розвитку індустрії туризму. Німеччини для його адаптації та впровадження в Україні. О. Бартошук порівнює поширені моделі розвитку індустрії туризму. М. Біль, О. Крайник, А. Попович, Г. Сильванська виділяють основні етапи створення туристичного кластера регіону. Н. Влащенко, Ю. Леонтьєва запроваджують підхід до утворення туристських кластерів у міжрегіональному масштабі. Я. Григор'єва визначає межі управління сферою туризму на базі використання кластерного підходу. І. Ковальчук, М. Сиротюк, Т. Снежик проаналізували перспективи розвитку процесів кластеризації в туристичній сфері. В. Корінєв окреслив особливості кластерного підходу в рекреаційно-туристичній індустрії. Л. Корольчук пропонує механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному співробітництві. Н. Максимюк надає практичні рекомендації для органів центральної та місцевої влади щодо формування державної стратегії розвитку туризму. В. Малімон визначає концептуальні засади організації регіонального кластера медичного туризму в стоматології. М. Мальська аналізує теоретичні засади розміщення підприємств індустрії туризму. О. Маслиган конкретизує інструментарій ідентифікації кластерного середовища у сфері туризму. О. Ольшанський, В. Селютін, С. Селютін доводять необхідність формування гастрономічних мікрокластерів. А. Охріменко обґрунтовує необхідність розвитку туристичних кластерів на регіональному рівні. Ю. Полежаєв – розглядає взаємодію тревел-журналістики з представниками індустрії туризму. Г. Трілленберг виділяє інноваційно-кластерний підхід до розвитку туристичної діяльності.

Віддаючи належне напрацюванням вітчизняних науковців, слід наголосити на існуванні дефіциту комплексних досліджень у цій царині, а відтак, на необхідності продовження наукових розвідок за даною проблематикою.

Метою статті є розроблення рекомендацій щодо розвитку індустрії туризму. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання: 1) забезпечити подальший розвиток тлумачення понять "індустрія туризму" і "туристичний кластер"; 2) удосконалити класифікацію складових індустрії туризму; 3) наголосити на необхідності державного регулювання розвитку туристичних кластерів.

Туризм характеризують переважно як галузь чи сферу діяльності, але нині дедалі більше тих, хто вважає його індустрією.

Хоча ця проблематика не нова для вітчизняної науки, проте на сьогодні відсутнє усталене тлумачення поняття "індустрія туризму". Більшість науковців виділяють такі його ознаки: складова національної економіки [4; 11; 17]; міжгалузевий господарський комплекс [14]; абсорбування в собі здобутків інших індустрій [1]; сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності [2; 3; 4; 24]; складна інтегральна система взаємодії суб'єкта й можливостей території [24]; сукупність виробничих [2; 6; 24] і невиробничих видів діяльності [2; 6; 11; 24]; забезпечення створення матеріальної бази туризму [6]; виробництво товарів [11; 14; 24] і надання послуг туристичного призначення [4; 11; 14; 24]; підготовка кадрів; виробництво, збут і споживання туристичного продукту [6; 14]; прийом, обслуговування та перевезення туристів [9]; задоволення специфічних потреб населення у проведенні дозвілля в подорожі [14; 17]; розкриття особливостей функціонування та розвитку туризму в межах певного географічного простору [2]; форма освоєння території [24].

Отож, на відміну від туризму, індустрія туризму поєднує суб'єктів господарювання, чию діяльність як прямо, так і опосередковано пов'язано зі створенням, збутом і споживанням туристичного продукту.

Проведені узагальнення публікацій за даною проблематикою дозволяють стверджувати, що нині науковці виділяють такі складові індустрії туризму, як-от: туристичні оператори та агенції [4; 5; 10; 18; 20]; оператори туристичних інформаційних систем [4]; галузі господарства [5; 6]; заклади громадського харчування, розміщення [3; 4; 5; 10; 18; 20; 22], культури [3; 6; 18; 20; 22], освіти [5; 6; 10; 18], науки [5; 6], розваг, фізкультурно-спортивного [3; 4; 20], лікувально-оздоровчого [3; 4; 22], пізнавального, ділового та іншого призначення [3; 4]; підприємства зв'язку [18], торгівлі [18; 22] і транспорту [3; 4; 5; 10; 18; 20; 22]; установи, що надають послуги екскурсоводів, інструкторів, гідів-перекладачів, провідників [4]; страхові компанії, банківсько-кредитні установи [5; 22]; рекламно-інформаційні [5; 20; 25], маркетингові [5; 25], юридично-аудиторські, логістичні, технологічні (обслуговуючі) та проектні установи; бізнес-центри, лізингові компанії; природно-рекреаційні та історико-архітектурні об'єкти [5]; підприємства з виробництва сувенірів [5; 10], туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів; поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії [5]; органи державної влади [5; 18], агентства регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми [5], громадські об'єднання [18].

При цьому варта уваги пропозиція Я. Григор'євої, яка виділяє "сектори індустрії туризму (виробництва туристичних послуг, допоміжний, сервісний, забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру, регуляторного впливу)" [5, с. 78], а в їх межах – конкретизувати перелік суб'єктів та об'єктів цього міжгалузевого господарського комплексу. Означене убачається цінним для формування й забезпечення розвитку туристичних кластерів, яким порівняно з іншими формами організації притаманні такі характерні ознаки: "незвично широкий склад учасників; географічний розмір кластера може варіювати від масштабу міста до рівня країни чи групи сусідніх країн; наявність синергетичного ефекту; гнучкість та динамічність функціонування; конкуруючі фірми йдуть на

співробітництво з метою реалізації потенціалу території та її конкурентних переваг" [22, с. 165].

Більшість науковців виділяють такі ознаки поняття "туристичний кластер": територіальна локалізація [22] й концентрація взаємопов'язаних ресурсів, чинників, підприємств [8; 25]; організаційна основа [13]; форма співпраці фірм, установ та організацій [5; 13; 22; 25]; міжсекторне співробітництво: влада-бізнес-громада [21]; формування й просування на ринку туристичного продукту [5]; синергетичний ефект [22]; досягнення спільного економічного успіху [5]; реалізація пріоритетних завдань [13]; посилення конкурентних переваг території [13; 22], розвиток певного виду туризму [8], сприяння задоволенню потреб туристів [8; 22].

Виділяють такі основні етапи формування туристичного кластера: формування регіонального туристичного ринку; виникнення внутрішніх і зовнішніх зв'язків між підприємствами кластера; ініціювання представниками адміністрації регіону, бізнесу, місцевої громади створення управлінської компанії; утворення координаційної ради з представників кожної структури кластера; здійснення поточного управління, моніторингу; стимулювання подальшого розвитку даного кластера [15, с. 77–78; 22, с. 170–173].

При цьому слід усебічно враховувати специфіку складових туристичних кластерів, як-от: "організаційна, продуктивна, інфраструктурна, матеріально-технічна, позакластерні угрупування" [15, с. 75–77]; "туристичні ресурси; туристичні фірми; надавані послуги; галузі, що підтримують туризм; сприятливі умови" [22, с. 166–169].

Останнім часом дедалі більше науковців пропонують формувати саме кластери індустрії туризму, оскільки завдяки цьому забезпечується значний економічний та соціальний ефект, а саме: "стимулювання до ефективної діяльності та її розширення; використання продукції однієї сфери регіону для потреб іншої; зменшення фінансових й операційних ризиків діяльності учасників кластера; обмеження впливу недобросовісної конкуренції на сферу діяльності кластера; притік інвестиційних ресурсів у сферу економічної діяльності та регіон розміщення кластера" [15, с. 73–74]; "полегшення доступу до спеціалізованих факторів виробництва" [23, с. 404–405]; "зростання податкових надходжень до бюджету; приток іноземної валюти; збереження й раціональне використання культурного та природного потенціалу; ефективніше використання нових ринкових тенденцій для соціально-економічного розвитку регіону; сприяння формальному та неформальному обміну знаннями, а також співробітництву" [22, с. 176–178]; "більш адекватне та швидке реагування на потреби споживачів туристичних послуг" [22, с. 176–178; 23, с. 404–405]; "зменшення трансакційних витрат його учасників та отримання ними додаткові переваг; підвищення якості продукції; сприяння розвитку інноваційних технологій" [15, с. 73–74; 23, с. 406]; "зростання зайнятості населення; розширення інвестиційної спроможності учасників кластера через спільну участь у грантових програмах; підвищення конкурентоспроможності регіону; істотне зниження бар'єрів виходу на ринки збуту продукції та поставок сировини й матеріалів, робочої сили" [15, с. 73–74; 22, с. 176–178].

Попри їхню суспільну значущість, кластери донині в Україні не стали поширеною формою співпраці в індустрії туризму. Саме тому актуалізується питання не лише створення нових кластерів "навколо "кореневих центрів", дестинацій, які продають туристичні фірми, створюючи туристичний продукт, що допоможе підійти до стратегії системного розвитку регіональної індустрії туризму" [12, с. 150], а й необхідності впорядкування державного регулювання цього процесу, тобто "створення таких умов, за яких належне (якісно і кількісно) задоволення потреб споживачів туристичних послуг супроводжується не лише реалізацією потенцій суб'єктів туристичної діяльності, а й поліпшенням соціально-економічної ситуації в країні" [17].

Проведені узагальнення публікацій за даною проблематикою та результати власних досліджень дозволили дійти таких висновків.

На підставі результатів дослідження сутнісних характеристик вживаного понятєвого апарату дістало подальшого розвитку тлумачення понять за даною проблематикою: "*індустрія туризму*" – упорядкована система взаємодії представників міжгалузевого господарського комплексу, чия діяльність передбачає створення, збут і споживання туристичного продукту, здатного приносити значний економічний та соціальний ефект для національної економіки за рахунок задоволення специфічних потреб населення у проведенні дозвілля під час подорожі; "*туристичний кластер*" – форма взаємовигідної співпраці представників різних галузей та сфер діяльності, що передбачає отримання позитивного синергетичного ефекту за рахунок спрямування доступних ресурсів на розвиток туристичного продукту як запоруки задоволення все більших потреб туристів.

Удосконалено класифікацію складових індустрії туризму:

– *створення туристичного продукту* (суб'єкти господарювання – ядро туристичного кластера);

– *надання супутніх послуг* (установи, що надають послуги екскурсоводів, гідів-перекладачів, інструкторів, провідників; підприємства зв'язку, торгівлі та транспорту, а також з виробництва сувенірів, специфічних для певної місцевості товарів, туристичного спорядження; заклади розміщення, громадського харчування, розваг, культури, науки, освіти, ділового, пізнавального, лікувально-оздоровчого, фізкультурно-спортивного, побутового обслуговування та іншого призначення; комунальні служби; правоохоронні органи);

– *супровід туристичного продукту* (страхові компанії, банківські установи; поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії; логістичні, юридично-аудиторські, маркетингові, рекламно-інформаційні, технологічні (обслуговуючі) та проектні установи);

– *збут туристичного продукту* (туристичні оператори та агенції);

– *споживання туристичного продукту* (населення);

– *регулювання туристичного кластеру* (органи державного управління й органи місцевого самоврядування України; громадські об'єднання; органи влади інших країн; міжнародні організації).

Зважаючи на суспільну їхню значущість, особливої актуальності набуває державне регулювання формування та розвитку кластерів туристичної індустрії. Продовження наукових розвідок за даною проблематикою сприятиме подальшому розвитку туризму.

Література:

1. *Бондаренко М. П.* Теоретичні засади розвитку індустрії туризму / М. П. Бондаренко // Економічний часопис–XXI. – 2012. – № 3–4. – С. 19–22.

2. *Бушуєв В. В.* О дефиниции “индустрия туризма” / В. В. Бушуєв // Культура народів Причорномор’я. – 2001. – № 25. – С. 179–182.

3. Вікіпедія. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki .

4. *Гаврилюк А. М.* Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні : автореф. дис. … к.держ.упр. : спец. 25.00.02 “Механізми державного управління” / А. М. Гаврилюк. – К., 2011. – 23 с.

5. *Григор’єва Я. В.* Кластери як чинник активізації туристичної діяльності / Я. В. Григор’єва // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 7. – С. 73–79.

6. *Драпушко Р.* Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід / Р. Драпушко // Вісн. Ін-ту розвитку дитини. (Серія “Філософія, педагогіка, психологія”). – 2014. – Вип. 35. – С. 31–36.

7. *Дубодєлова А. В.* Кластерний підхід до аналізу розвитку міжнародного туризму в Україні / А. В. Дубодєлова, І. Я. Кулиняк, Ю. Г. Бондаренко // Науковий вісн. НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.6. – С. 195–201.

8. *Карташевская И. Ф.* Теоретические аспекты кластерного моделирования в туризме / И. Ф. Карташевская // Экономика Крыма. – 2011. – № 3. – С. 152–155.

9. *Киосаки Р. Т.* Квадрант денежного потока / Роберт Т. Киосаки, Шарон Л. Летчер. – Ужгород : 2001. – 192 с.

10. *Коваль О. М.* Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті / О. М. Коваль. – Режим доступу : tisit.edu.ua/tisit_news/128 .

11. *Коваль П. Ф.* Розвиток розважального сектору туріндустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України / П. Ф. Коваль, Н. О. Алєшугіна, Г. П. Андрєєва // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6. – С. 78–83.

12. *Ковальчук І. Є.* Перспективи кластерної моделі розвитку туризму в Карпатському регіоні (на прикладі Закарпатської області) / І. Є. Ковальчук // Вісн. соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 3. – С. 148–153.

13. *Корольчук Л. В.* Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні / Л. В. Корольчук // Економічні науки. (Серія “Облік і фінанси”). – 2012. – Вип. 9. – С. 127–133.

14. *Любіцева О. О.* Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. / О. О. Любіцева. – 3-тє вид., перероб. та допов. – К. : Альтпрес, 2005. – 436 с.

15. *Малімон В. В.* Перспективи організації регіонального кластеру медичного туризму у стоматології / В. В. Малімон // Економічний простір. – 2013. – № 70. – С. 72–81.

16. *Мельниченко О. А.* Бідність в Україні: сутність проблеми та шляхи її розв’язання / О. А. Мельниченко // Демографія та соціальна економіка. – 2012. – № 2. – С. 124–131.

17. *Мельниченко О. А.* Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму [Електронний ресурс] / О. А. Мельниченко // Державне будівництво. – 2010. – № 2. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html.

18. Можливості працевлаштування молоді у сфері зеленого туризму : методичні рекомендації щодо започаткування власної справи / за заг. ред. О. В. Кулініча. – Х. : Ін-т соціальної політики регіону, 2011. – 124 с.

19. Окно в Европу требует расширения // Туризм. – 2007. – № 4. – С. 8.

20. *Охріменко А. Г.* Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку / А. Г. Охріменко // Університетські наукові записки : зб. наук. пр. – Хмельницький, 2013. – № 1. – С. 495–500.

21. *Пугач Н. А.* Особливості кластерного підходу в розвитку сільського туризму в Україні / Н. А. Пугач // Науковий вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. (Серія “Економіка, аграрний менеджмент, бізнес”). – 2013. – Вип. 181. – С. 267–273.

22. *Сильванская Г. Н.* Кластерный подход к позиционированию в туризме / Г. Н. Сильванская, А. В. Попович // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем. – 2013. – Вип. 1. – С. 159–180.

23. *Тріллeнберг Г.* Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації / Г. Тріллeнберг // Журнал європейської економіки. – 2014. – Т. 13. – № 4. – С. 401–414.

24. *Чорненька Н. В.* Організація туристичної індустрії : навч. посіб. / Н. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.

25. *Voynarenko M. P.* Investment Attraction / M. P. Voynarenko // Regional forum "Social aspects and financing of industrial restructuring". – 26 and 27 November 2003, Moscow, Russian Federation. Topic 6. – Regional dimension of industrial restructuring. United Nations Economic Commission for Europe. – Режим доступу : http://www.unece.org .

Melnychenko O. A., Velichko L. Y. **Tourist Industry: Contents, Components, Clusters, Need for State Regulation.**

F*urther development of interpreting the concepts of 'tourist industry' and 'tourist cluster' is provided. The classification of tourist industry components is upgraded. The need for state regulation of tourist clusters development has been emphasized.*

Key words: state regulation, tourist cluster, tourist industry, contents, components.

Надійшла до редколегії 12.11.2015 р.

УДК 35/352:338.22

Ю. В. Боковикова,
к.держ.упр., доц.,
доцент кафедри державного управління ХарРІ НАДУ,
м. Харків

ВЗАЄМОДІЯ ВЛАДИ І БІЗНЕСУ

Доведено причини необхідності взаємодії влади та бізнесу в сучасному соціально-економічному середовищі України. Визначено інструменти взаємодії влади та бізнесу і з'ясовано можливості їхнього використання.

Ключові слова: бізнес, влада, інструменти взаємодії, органи місцевого самоврядування.

Ініціатором та основним агентом змін зазвичай виступає держава, що визначає стратегії, цілі перетворень та кроки їхньої реалізації. Разом з тим події 2005 та 2014 рр. підтверджують тезу про те, що український соціум певною мірою формується як суспільно-політичний організм, який вимагає співпраці з суспільством та бізнесом. Причому надії влади щодо побудови економіки пов'язано з бізнесом, а розв'язання соціально-економічних проблем – із суспільними інститутами. Відтак, влада має запропонувати систему, нові ідеї, нові форми суспільного та політичного життя, які б гарантували можливості самовдосконалення суспільству та бізнесу задля розвитку держави.

Зацікавленість у пошуку сучасних форм взаємодії влади та бізнесу визначається неефективною діяльністю державних підприємств, вимогами суспільства щодо якості життя, розширення можливостей для розвитку, отримання послуг тощо. Виходячи з вищезазначеного, означена тема є вкрай актуальною.

Питання взаємодії влади та бізнесу досліджувались зарубіжними – Дж. Гэлбрейт, Джон Ст. Миль, К. Х. Рау, Джон М. Кейнс, Кембелл Р. Макконелл та ін. – та