

УДК 338.48

ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ФІНАНСУВАННЯ ТУРИЗМУ

Алла Охріменко

*Київський національний торговельно-економічний університет,
вул. Кіото, 19, м. Київ, Україна, 02165,
e-mail: alla.okhrimenko@gmail.com*

Проаналізовано досвід державного управління та фінансування туризму у Франції та Польщі. Досліджено обсяги бюджетного фінансування туризму цих країн за період 2009–2013 рр. Туризму, як доволі важливій галузі економіки в європейських країнах, приділяють велике значення, адже він сприяє налагодженню міжнародних відносин, має значний мультиплікаційний ефект та сприяє зайнятості населення. Важливу роль у цій діяльності відіграють державні структури, здійснюючи регулювання, фінансове, інформаційне та кадрове забезпечення. Запропоновано напрями покращення бюджетного фінансування туризму в Україні на основі досвіду Франції та Польщі.

Ключові слова: фінансування туризму, бюджетне фінансування туризму, напрями покращення фінансування туризму в Україні.

Прагнучи до повноцінної участі у Європейському Співтоваристві, нашій країні необхідно вивчати, адаптувати та впроваджувати досвід цих країн в усіх сферах суспільної діяльності. Туризму, як доволі важливій галузі економіки в європейських країнах, приділяють велике значення, адже туризм сприяє налагодженню міжнародних відносин, має значний мультиплікаційний ефект та сприяє зайнятості населення. Здебільшого європейські країни характеризуються високим рівнем розвитку туризму, зокрема наявністю природного і культурно-історичного потенціалу, кількісними та якісними показниками інфраструктури, обсягами залучення туристів. Важливу роль у цій діяльності відіграють державні структури, здійснюючи регулювання, фінансове, інформаційне та кадрове забезпечення. Уряди європейських країн визнають важливість державного фінансування туристичних програм іміджевого спрямування та розвитку цієї галузі.

Проаналізуємо досвід Франції та Польщі щодо фінансування туризму. Вибір цих країн пояснюємо тим, що, наприклад, Франція є провідною країною за кількістю іноземних туристів, щорічно потрапляє у десятку кращих країн за рівнем туристичної конкурентоспроможності і т. д. Польща є стратегічним партнером України, «в дусі стратегічного партнерства Польща добровільно взяла на себе низку моральних зобов'язань перед Україною щодо захисту її інтересів в рамках ЄС, підтримки суверенітету, територіальної цілісності та євроінтеграційних прагнень нашої держави» [2]. У Польщі останніми роками туризм розвивається динамічними темпами (згідно із дослідження [8], Польща за рівнем туристичної конкурентоспроможності піднялась із 58-го місця 2009 р. до 49-го 2011 р., а у 2013 р. посіла 42-ге місце. Отож

досвід цих країн у галузі туризму необхідно вивчати та впроваджувати в Україні.

Дослідженню зарубіжного досвіду державного регулювання туризму присвячено праці С. Галасюк, В. Герасименка, Г. Горбань, Є. Козловського, М. Мальської, Ю. Мігущенко, В. Стойка та ін. Незважаючи на певні наукові здобутки в цій сфері, специфіка фінансування туризму в європейських країнах потребує дещо глибших досліджень та розробки системи впровадження в Україні.

Метою статті є дослідження досвіду Франції та Польщі щодо державного фінансування туризму і розробка пропозицій його використання в Україні.

Туризм є одним із важливих складових французької економіки, безпосередній внесок якого у ВВП країни 2011 р. становив 73,8 млн євро (3,7 % від загального обсягу ВВП). На туризм припадає близько 2 млн прямих і непрямих робочих місць; він посідає третє місце за обсягом зайнятих у країні [9].

У Франції питання регулювання туризму стосуються компетенції Міністерства транспорту та суспільних справ, у структурі якого функціонують Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму. До останнього часу просуванням іміджу Франції як туристичної дестинації на міжнародному рівні займалась асоціація «Maison de la France» (Національний будинок Франції), яка виникла 1987 р. [5].

3 травня 2009 р. просуванням Франції як туристичного напрямку в світі займається група Atout France (Агентство туристичного розвитку Франції), яку створено внаслідок злиття «Maison de la France» та агентства «ODIT France». Atout France здійснює діяльність на всіх 5-ти континентах, через 35 представництв у 29-ти країнах. У цих представництвах зайнято близько 200 осіб. Головними завданнями представництв є просування Франції як туристичного напрямку на різних ринках, а також участь в усіх сферах розвитку туризму (інформація для громадськості, преси, відносини із зовнішніми контрагентами, комерційне просування) і т. д. Діяльність асоціації на 60 % фінансують з держбюджету, з яких одну третину витрачають на створення позитивного іміджу та рекламу, третину – на збут, а частину, що залишилася, – на забезпечення інформацією та операційні витрати [3].

Французька національна політика галузі туризму сфокусована на трьох головних пріоритетах:

- зміцнення іміджу Франції для збільшення туристичних поїздок;
- сприяння економіці туризму шляхом адаптації попиту та пропозиції туристів;
- сприяння ширшим можливостям доступу до туризму шляхом розвитку соціального туризму [3].

Відповідно до зазначених основних пріоритетів, у державному бюджеті Франції виділяють кошти на такі заходи: 1) просування туристичного іміджу Франції та її привабливих сторін; 2) розвиток туристичної діяльності; 3) розширення та поліпшення доступу до відпочинку, подорожей.

За даними дослідження [6, с. 149–150], на основі аналізу державних бюджетів Франції 2009–2013 рр., доволі значний обсяг грошових коштів виділяють за напрямом «Туризм», хоча, враховуючи об'єктивні чинники (зокрема, економічний спад у Європі, прихід соціалістів до керівництва Франції), простежується тенденція до їхнього зниження. Наприклад: 2009 р. на фінансування туристичних програм

виділили кошти в обсязі 64,24 млн євро; 2010 року їхній обсяг зменшили на 11,7 % до 56,68 млн євро; 2011 р. передбачали зменшення фінансування ще на 6,7 % – до 52,88 млн євро, а 2012 р. ще більше – на 18,3%. У бюджеті 2013 р. передбачено незначне зростання фінансування туризму на 3,2% – до 44,57 млн євро (табл. 1). Значення такого зростання стає вагомим на фоні того, що експерти називають бюджет Франції 2013 р. «найжорсткішим за тридцять років».

Таблиця 1

Динаміка обсягів виділених коштів державного бюджету Франції за напрямом «Туризм» упродовж 2009–2013 рр., млн євро (за [6])

Напрями фінансування:	2009	2010	2011	2012	2013
Видатки за напрямом «Туризм», у т. ч.:	64,24	56,68	52,88	43,20	44,57
– Просування туристичного іміджу Франції та її привабливих сторін	40,85	42,48	39,86	35,64	32,43
– Розвиток туристичної діяльності	18,39	10,09	9,74	5,19	9,55
– Розширення та поліпшення доступу до відпочинку і подорожей	4,01	3,31	3,28	2,37	2,59
– Програма підтримки туризму	0,99	0,80	0,0	0,0	0,0

Головною статтею витрат державного бюджету є «Просування туристичного іміджу Франції та її привабливих сторін», на яку щорічно виділяють 63,0–81,0% усіх витрат за напрямом «Туризм», на «Розвиток туристичної діяльності» припадає 11,0–28,0%, а на «Розширення та поліпшення доступу до відпочинку і подорожей» виділяють близько 5,5%. Щодо останнього пункту, то соціальний туризм є пріоритетом для уряду. Мета полягає в тому, щоб дати конкретним групам осіб (пенсіонерам, інвалідам, малозабезпеченим сім'ям) можливість подорожувати та оздоровлюватися. Національне агентство з путівок (ANCV) є ключовим гравцем у цьому напрямі, воно розробляє путівки і відшкодовує витрати місцевим органам влади та постачальникам послуг. До 2011 р. існувала ще стаття «Програма підтримки туризму», згодом витрати за нею приєднали до статті «Розвиток туристичної діяльності». Зазначимо, що щорічно освоюють понад 95,0% виділених коштів.

Порівнюючи обсяги бюджетних видатків на туристичні програми України і Франції, можна зробити висновок, що ці цифри неспівставні (табл. 2), у європейській валюті 2009–2013 рр. вони становлять від 0,23 до 1,19 млн євро. Отже, протягом зазначеного періоду Франція виділяє від 48 до 278 разів більше бюджетних коштів на туризм, ніж Україна.

Тобто Франція, яку і без того визнано на міжнародному рівні високорозвиненою туристичною країною, із державного бюджету витрачає щорічно 40,0–65,0 млн євро на туристичні програми і, зокрема, найбільший обсяг цих коштів (32,0–42,0 млн євро) виділяє на просування туристичного іміджу Франції та її привабливих сторін.

Таблиця 2

Порівняння обсягів бюджетних видатків на туристичні програми

Показники	2009	2010	2011	2012	2013
Видатки державного бюджету України на туристичну галузь, тис. грн	2 509,7	12 509,7	2 258,7	6 765,9	6 370,9
Офіційний середній за період курс гривні до євро	10,86	10,53	11,09	10,25	10,90
Видатки державного бюджету України на туристичну галузь, млн євро	0,2311	1,1880	0,2037	0,6601	0,5845
Видатки державного бюджету Франції на туристичну галузь, млн євро	64,24	56,68	52,88	43,20	44,57
Співвідношення обсягів видатків державного бюджету на туризм Франції та України	278,0	47,7	259,6	65,4	76,3

Доволі важливе значення для впровадження в Україні має досвід Польщі щодо розвитку туризму. Центральним державним органом регулювання туризму в Польщі є Міністерство спорту і туризму, створене внаслідок реорганізації державних органів у серпні 2005 р. В структурі цього міністерства функціонує Департамент туризму, який відповідає за розроблення правових та економічних механізмів туризму, визначає напрями та пріоритети і контролює виконання завдань, пов'язаних з розвитком туризму на внутрішньому та зовнішньому ринках [10].

Фінансування розвитку туризму з державного бюджету здійснюють через Міністерство спорту і туризму. Як випливає з даних табл. 3, обсяги державного фінансування розвитку туризму в Польщі протягом останніх років, навіть незважаючи на фінансову кризу, доволі стабільні. Незначне скорочення на 12,7 % відбулося 2009 р. та 2010 р., порівняно з 2008 р. Проте з 2011 р. обсяги знову зростають: щорічно, відповідно, на 6,2 %, 3,2 % та 1,9 %.

Таблиця 3

Динаміка обсягів видатків державного бюджету Польщі за напрямом «Туризм» упродовж 2008–2013 рр., тис. злотих (розроблено за [6])

Показники, тис. злотих	2009	2010	2011	2012	2013
Видатки за напрямом «Туризм», у т.ч.:	44 672,0	44 635,0	47 416,0	4 8955,0	49 900,0
– Завдання державного управління	3 258,0	3 694,0	4 473,0	4 448,0	4 400,0
– Завдання, пов'язані з національною безпекою у сфері туризму	4,0	0,0	10,0	5,0	10,0
– Завдання в області туризму	41 410,0	42 941,0	42 933,0	44 502,0	45 400,0

Протягом досліджуваного періоду (2009–2013) видатки державного бюджету

Польщі на розвиток туризму щорічно розподіляють практично пропорційно за трьома основними напрямками. Проаналізуємо структуру видатків на прикладі 2013 р., в якому видатки на туризм через Міністерство спорту і туризму Польщі планували в розмірі 49,9 млн злотих. Ці кошти передбачено на здійснення завдань [6]:

- державного управління в галузі туризму – 4,4 млн злотих (8,8 %);
- національної оборони – 0,1 млн злотих (0,2 %);
- в галузі розвитку туризму – 45,4 млн злотих (91,0 %), в тому числі:
 - 1) видатки для Польської туристичної організації – 40,1 млн злотих (80,4 %);
 - 2) виконання завдань розвитку туризму – 1,9 млн злотих (3,9 %);
 - 3) інші види діяльності у сфері туризму – 3,3 млн злотих (6,7 %).

Отже, однією із найбільш значущих статей Державного бюджету Польщі щодо фінансування туризму є видатки для Польської туристичної організації (*Polska Organizacja Turystyczna (POT)*), що є державною організацією, створеною 1 січня 2000 р. відповідно до Закону від 25 червня 1999 р.

Головною метою функціонування *POT* є просування Польщі як туристичної дестинації для внутрішнього та іноземного туризму, а також сприяння формуванню іміджу Польщі як сучасної країни з сильною і різноманітною національною ідентичністю, побудованою на основі багатой культурної спадщини і привабливих властивостей навколишнього середовища. Організація досягає своїх цілей на конкретних ринках через представництво в 14-ти країнах (Австрії, Бельгії, Франції, Іспанії, Нідерландах, Японії, Німеччині, США, Росії, Швеції, Швейцарії, Великобританії, Італії, Україні) [7].

Досягненню зазначених результатів сприяє прийняття державних програм у сфері туризму Польщі. Згідно із прийнятою «Маркетинговою стратегією польського туристичного сектора на 2012–2020 роки», діяльність *POT* здійснюватимуть за такими напрямками:

1. Посилення ролі онлайн-комунікацій, у тому числі в сфері туризму.
2. Поліпшення місцевого та регіонального брендингу.
3. Вертикальна й горизонтальна інтеграція щодо створення туристичних кластерів, консорціумів і т. д.
4. Активізація державного і приватного партнерства для підвищення конкурентоспроможності туризму Польщі.
5. Посилення партнерства в спільному фінансуванні рекламних заходів, поглибленні планування маркетингу тощо [10].

Як і в усіх секторах економіки, центральним завданням уряду в розробленні і здійсненні своєї політики в галузі туризму є сприяння розвитку підприємницької ініціативи та підвищення конкурентоспроможності пов'язаних з туризмом компаній, проведення гнучкої державної політики щодо виконання поставленого завдання.

Узагальнено інформацію про особливості державного впливу та фінансового забезпечення туризму в досліджуваних країнах подано в табл. 4.

Отже, у середньому обсяги фінансування туризму з державних бюджетів досліджуваних країн коливаються в межах 10,0–50,0 млн євро, а прямих внесок туризму у ВВП в середньому становить щорічно 20,0–190,0 млрд євро, тобто значно перевищує обсяги державного фінансування.

Узагальнені дані щодо державного регулювання розвитку туризму та внеску туризму у ВВП окремих країн (розроблено автором за даними 2011 р.)

Показники	Франція	Польща	Україна
	Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму	Міністерство спорту і туризму	Державне агентство туризму і курортів
Обсяги фінансування туризму із державного бюджету, млн євро	52,9	10,4	0,2
Прямий внесок туризму у ВВП, млрд євро	73,8	6,3	2,2
Загальний внесок туризму у ВВП, млрд євро	184,5	16,1	8,3
Установа, що проводить маркетингову політику в галузі туризму на державному рівні	<i>Atout France</i>	<i>Polska Organizacja Turystyczna (POT)</i>	Станом на сьогодні – відсутня, раніше – Національний туристичний офіс
Кількість зарубіжних представництв даної установи	35 у 29-ти країнах	14 у 14-ти країнах	–

Нашій країні необхідно вивчати досвід європейських країн щодо фінансування туризму, враховуючи не лише його обсяги, а й структуру, механізм, послідовність. Щодо безпосередньо бюджетного фінансування, то, за досвідом інших країн, основними його напрямками в Україні можуть бути:

- покращення (формування) туристичного іміджу країни;
- активізація туристичної діяльності;
- проведення наукових досліджень та прогнозування розвитку туризму;
- розвиток соціального туризму;
- активізація державно-приватного партнерства в розвитку туристичної інфраструктури.

У рамках цих напрямів особливу увагу необхідно звернути на: 1) створення та ефективне функціонування національного туристичного представництва (офісу) країни; 2) забезпечення участі країни у найбільших світових туристичних виставкових заходах; 3) активне проведення рекламних заходів щодо популяризації країни серед українських та іноземних громадян. Такі заходи сприятимуть зростанню конкурентоспроможності країни на міжнародному туристичному ринку, збільшенню обсягів внутрішніх та іноземних туристичних потоків.

За даними дослідження щодо бюджетного фінансування туризму Францією і Польщею впливає, що ці країни здійснюють значні обсяги витрат на розвиток туризму. Звичайно, економічний розвиток України важко порівнювати із французьким і польським, проте мова йде про формування туристичного іміджу країни на міжнародному ринку. Щоб поліпшити конкурентоспроможність у сфері

міжнародного туризму, необхідно орієнтуватися на досвід лідерів бізнесу.

Головними заходами щодо розвитку туризму в Україні мають стати формування сприятливого середовища для туристичного бізнесу, розробка обґрунтованої комплексної стратегії розвитку галузі та її фінансового забезпечення. Враховуючи зазначене, подальших досліджень потребують питання розробки ефективної системи фінансового забезпечення функціонування і розвитку туризму, механізмів державної політики розвитку туризму, залучення інвестицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Охріменко А. Г. Фінансове забезпечення функціонування туристичної галузі України: монографія / А. Г. Охріменко. – К. : Кондор-Видавництво, 2013. – 210 с.
2. Стратегічне партнерство України. Аналітична записка [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/600/>
3. Atout France. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.franceguide.com>.
4. De loi de finances pour (2009–2013): Economie. Compte d'affectation spéciale: gestion et valorisation des ressources tirées de l'utilisation du spectre hertzien [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.senat.fr/Departament Turystyki](http://www.senat.fr/Departament_Turystyki) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bip.msit.gov.pl>.
5. Maison de la France. Le ministère délégué au Tourisme [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourisme.gouv>.
6. О POT [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pot.gov.pl>.
7. Strategia rozwoju turystyki na lata 2008–2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bip.msit.gov.pl>.
8. The Travel & Tourism Competitiveness. Report, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf
9. Travel & Tourism economic impact France 2012 [Електронний ресурс] / World travel & tourism council. – Режим доступу: <http://www.wttc.org>
10. Finansowanie zadań Ministerstwa Sportu i Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bip.msit.gov.pl>.

Стаття надійшла до редколегії 25.06.2013 р.

Прийнята до друку 28.07.2013 р.

EUROPEAN EXPERIENCE TOURISM FUNDING

Alla Okhrimenko

*Kyiv National University of Trade and Economics,
19, Kyoto Str., Kyiv, Ukraine, 02165,
e-mail: alla.okhrimenko@gmail.com*

The experience of public administration and finance of tourism in France and Poland is being analyzed. A study in budget funding of tourism in these countries for the period of 2009-2013 was held. A comparison of amounts of budget expenditures on tourism programs in Ukraine and France was held and it was concluded that these data was not comparable. The state programs of tourism development in Poland are being analyzed. The data concerning the state regulation of tourism development and the contribution of tourism in GDP was summarized and the conclusions concerning this were made. The directions of improvement of budgetary financing of tourism in Ukraine based on the experience of France and Poland were proposed. The attention was drawn on the financing of creating and functioning the national tourism representation of the country; on ensuring the country's participation in world's largest tourist exhibitions; on holding the country among Ukrainian and foreign citizens.

Key words: tourism funding, government funding of tourism, ways to improve the financing of tourism in Ukraine.

ОПЫТ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН ФИНАНСИРОВАНИЯ ТУРИЗМА

Алла Охрименко

*Киевский национальный торгово-экономический университет,
ул. Киото, 19, г. Киев, Украина, 02165,
e-mail: alla.okhrimenko@gmail.com*

Проанализирован опыт государственного управления и финансирования туризма во Франции и Польше. Проведено исследование объемов бюджетного финансирования туризма этих стран за период 2009–2013 гг. Осуществлено сравнение объемов бюджетных расходов на туристские программы Украины и Франции и сделаны выводы о несопоставимости этих данных. Проанализированы государственные программы развития туризма в Польше. Обобщены данные по государственному регулированию развития туризма и вклада туризма в ВВП указанных стран, сделаны выводы. Предложены направления улучшения бюджетного финансирования туризма в Украине на основании опыта Франции и Польши. В частности, обращено внимание на финансирование создания и функционирования Национального туристического представительства (офиса) страны, обеспечения участия страны в крупнейших мировых туристических выставочных мероприятиях, проведения рекламных мероприятий по популяризации страны среди украинских и иностранных граждан.

Ключевые слова: финансирование туризма, бюджетное финансирование туризма, пути улучшения финансирования туризма в Украине.