

## УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ

*В даній статті розглянута структура управління туристичною сферою Польщі. Сформовано модель управління туризмом в зазначеній країні. Проаналізовані стратегічні документи, які стосуються розвитку туризму в Польщі. Визначено основні напрямки розвитку туризму.*

*Ключові слова: туризм, органи управління туризмом, регіональний розвиток, туристичне законодавство, стратегія розвитку туризму.*

*В данной статье рассмотрена структура управления туристической сферой Польши. Сформирована модель управления туризмом в указанной стране. Проанализированы стратегические документы, касающиеся развития туризма в Польше. Определены основные направления развития туризма.*

*Ключевые слова: туризм, органы управления туризмом, региональное развитие, туристическое законодательство, стратегия развития туризма.*

*The structure of management tourism sector in Poland is presented in this paper. The model of tourism in that country is formed. Strategic documents relating to the development of tourism in Poland are analyzed. The main directions of development of tourism are defined.*

*Key words: tourism, tourism authorities, regional development, travel legislation, tourism development strategy.*

*Постановка наукової проблеми.* Польща на сьогоднішній день являється досить цікавим туристичним напрямком серед країн Європи. Вміле використання природних та культурно-історичних туристичних ресурсів у поєднанні з раціональним управлінням туристичною сферою в Польщі поставило туризм на чільне місце в економіці країни. Досвід Польщі в деяких інституційних та законодавчих аспектах в галузі туризму можна використати і в Україні.

*Аналіз останніх джерел і публікацій.* Для написання даної статті основний обсяг інформації було взято з державних сайтів Республіки Польща, які пов'язані зі сферою туризму [5-13]. Серед українських науковців дане питання розглядають О. П. Біланюк, О.В. Гутник [1], Ю. В. Мігущенко [2], І.Г. Смирнов [4], Д. І., Соловійов.

*Метою статті є ознайомлення зі структурою управління туризмом в Польщі, визначення основних функцій різнопланових туристичних організацій країни, аналіз туристичного законодавства Польщі.*

*Виклад основного матеріалу.* Ринковий етап розвитку туристичної індустрії в Польщі розпочався у 1989 р. Він позначився створенням перших туристичних організацій.

У 1990 р. засновано Польську Туристичну Палату (Polska Izba Turystyczna – PIT) – неурядову громадську організацію, яка об'єднує органи місцевого самоврядування із суб'єктами туристичної діяльності. Членами PIT є найвідоміші туристичні, страхові, транспортні підприємства, торгівельні, готельні корпорації, інші представники закладів розміщення, навчальні заклади туристичного профілю, культурні та

туристичні об'єкти. Членство великих та відомих туристичних підприємств у РІТ сприяє лобіюванню інтересів розвитку туристичної сфери та забезпечує захист прав підприємців. Ця організація орієнтована на розвиток туризму в країні і за кордоном та підвищення рівня послуг у сфері туризму [9].

У 1993 р. створено Польське Агентство з Розвитку Туризму – агентство, яке функціонує на польському ринку туристичних інвестицій. Польське Агентство з Розвитку Туризму надає фінансові і консультаційні послуги в сфері туризму. Основною метою організації є участь у створенні та реалізації проектів і програм підтримки розвитку індустрії туризму та супутньої інфраструктури, а також підтримка розвитку існуючих підприємств на польському ринку [8].

Науковий супровід розвитку туризму в Польщі забезпечує Інститут туризму, який був заснований ще в 1972 р. Основні напрямками роботи: дослідження туристичних ринків, розробка заходів стимулювання в'їзного туризму, формування стратегії розвитку туризму, визначення маркетингу національного туризму та перспективних ринків збуту туристичного продукту, оцінка економічного ефекту від туристичної діяльності для країни та окремих регіонів [6].

За свою багаторічну діяльність Інститут виконав масштабні науково-дослідні проекти, замовниками яких були польський уряд, національні, регіональні організації та представники туристичного бізнесу. Інститут щорічно проводить більше 100 досліджень в галузі вітчизняного та зарубіжного туризму, регіональних програм розвитку туризму та інвестиційних інтересів. Завдяки роботі даної установи Польща забезпечена досить змістовною статистичною інформацією, яка стосується туризму.

На сьогоднішній день основним органом управління в туристичній сфері є департамент туризму, який діяв при Міністерстві економіки Польщі, а у 2007 р. змінив підпорядкованість і згідно розпорядження Ради міністрів департамент туризму став складовою нового Міністерства спорту та туризму. Необхідність цієї реорганізації обумовлена проведенням в Польщі фінальної частини чемпіонату Європи 2012 р. з футболу, що зумовлювала важливість скоординованого розвитку сфери туризму та спорту. Департамент туризму відіграє вирішальну роль при формуванні політики в галузі туризму, розвитку туризму і механізмів регулювання туристичного ринку [5]. Слід відмітити, що окрім центральних органів управління в Польщі функціонують урядові та громадські організації, діяльність яких пов'язана із забезпеченням наукового супроводу розвитку туризму, просуванням туристичного продукту в межах країни і за кордоном, розвитком туристичної інфраструктури, захистом прав туристичних підприємств. На регіональному рівні туристичними питаннями займаються Регіональні Туристичні Організації (ROT), а на місцевому рівні – Місцеві Туристичні Організації (LOT). Ці організації існують у формі асоціацій. Їхніми членами можуть бути місцеві органи

влади, бізнес – організації, що працюють у сфері туризму. Нагляд за ROT і LOT здійснює міністр, відповідальний за туризм. Надзвичайно важливим є той факт, що обидві структури ROT і LOT мають право займатися бізнесом у масштабах, які дозволені їхніми статусними цілями [1].

Основними завданнями ROT (всього їх 16, по 1 в кожному воєводстві) є:

- координація рекламної діяльності в регіоні,
- створення регіональної системи туристичної інформації,
- просування туристського регіону в країні і за кордоном,
- сприяння створенню і розвитку інноваційних туристичних продуктів в регіоні,
- підвищення кваліфікації персоналу для туристичної сфери,
- проведення маркетингових досліджень у галузі туризму.

Основними завданнями LOT є:

- збір та оновлення даних про місцеві туристичні ресурси,
- створення і просування туристичної пропозиції локального значення.

Функції просування та розвитку туризму на внутрішньому й закордонних ринках в Польщі виконує Польська Туристична Організація (ПТО). ПТО, створена в 1999 р., є однією зі 100 світових національних туристичних організацій. Її основною місією є створення та посилення образу Польщі як туристичної країни з конкурентоспроможними продуктами та послугами, привабливою для вітчизняних та іноземних туристів. Пріоритетними завданнями є стимулювання розвитку туристичної сфери та створення нових туристичних продуктів для збільшення тривалості подорожей. ПТО завжди бере активну участь у міжнародних туристичних виставках, успішно співпрацює з 20 іншими національними туристичними організаціями світу. Спільно відстежує тенденції світового ринку, аналізує тренди, що допомагає визначати пріоритети у розвитку польського туризму. ПТО займається підготовкою та друком рекламно-інформаційних матеріалів про Польщу. Такі матеріали видаються 12 мовами і забезпечують потенційних туристів необхідною інформацією. ПТО успішно реалізує власні цілі за кордоном через функціонування 14 іноземних представництв (у тому числі в Києві), які називаються Польськими осередками інформації туристичної. Дана організація активно співпрацює з органами самоврядування, науковими та навчальними закладами, представниками туристичної індустрії, а також регіональними та локальними туристичними організаціями [10].

Отже, організація управління у галузі туризму Польщі має досить раціональну структуру (див. рис.1). Слід відмітити, що визначальною подією для подальшого розвитку Польщі та її туристичної галузі став її вступ до ЄС (2004 р.). Він зробив Польщу доступнішою для іноземних туристів, усунувши митні та прикордонні бар'єри, а також пожвавив співпрацю між відповідними структурами ЄС та Республіки Польща, що безперечно сприяє пришвидшенню процесів розвитку туристичної інфраструктури та індустрії загалом [2]. Аналізуючи стан управління

туризмом на регіональному рівні, слід зазначити, що в Польщі існує Міністерство Регіонального Розвитку, яке займається питаннями розвитку окремих адміністративних одиниць, в тому числі питаннями туристичної сфери.

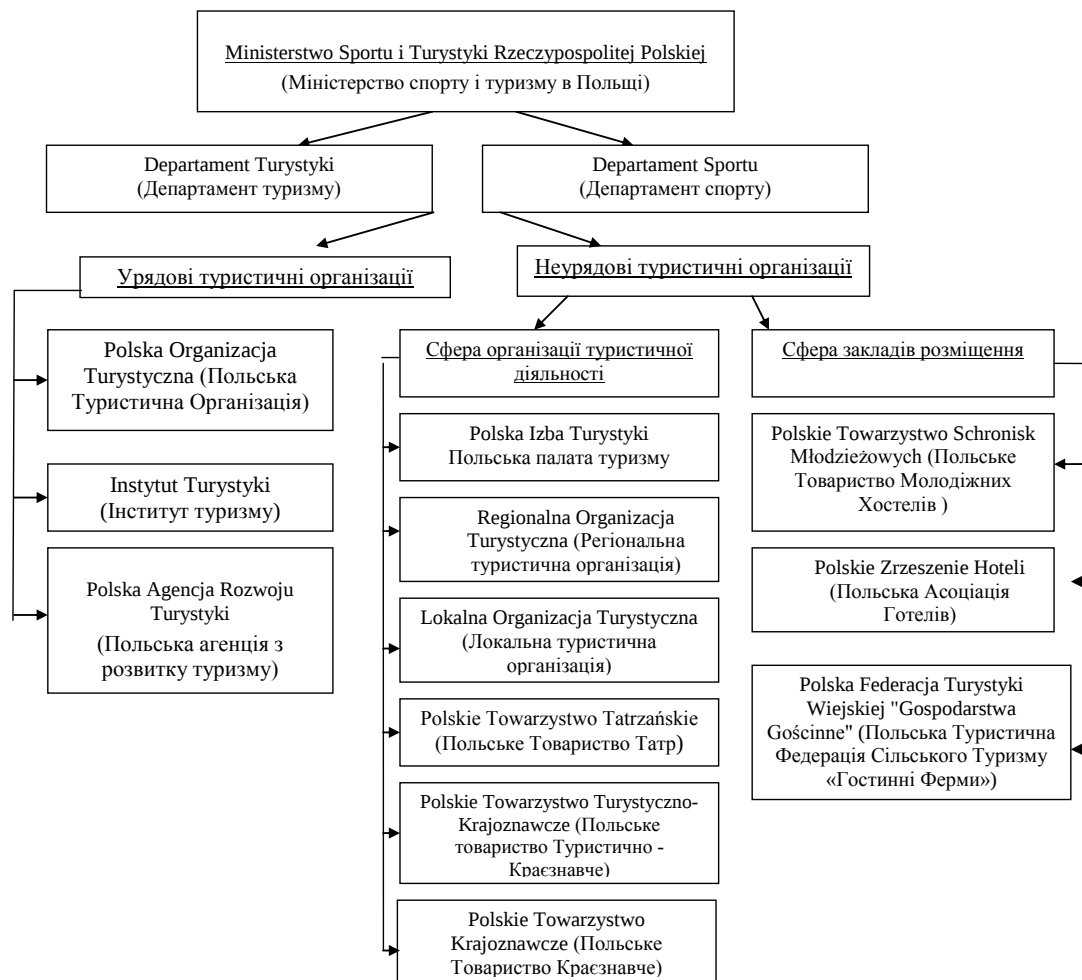


Рис. 1. Структура управління туризмом в Польщі, авторська розробка (представлені основні різнопрофільні туристичні організації Польщі)

Міністерство Регіонального Розвитку, було створено 31 жовтня 2005 року (відділене від Міністерства економіки та праці). Основні напрямки роботи:

- Співпраця з організаціями місцевого самоврядування.
- Складання національної стратегії регіонального розвитку.
- Розробка національного плану розвитку в якості основи для укладення угод між польським урядом і Європейською комісією [11].

Для отримання економічного ефекту від туризму формується стратегія розвитку туризму та відбувається активна співпраця органів місцевого самоврядування з місцевими громадами.

Відмітимо, що багато завдань, вирішення яких має безпосередній вплив на стан туристичної індустрії, належить до компетенції органів місцевого самоврядування різних рівнів: воєводств, повітів та гмін.

До компетенції воєводств у сфері індустрії туризму належить:

- реєстрація туристичних підприємств і контроль за їх діяльністю; видача дозвільної документації на надання послуг гідів та екскурсіводів;
- сертифікація та категоризація закладів розміщення і контроль за їх діяльністю;
- координація діяльності та фінансування осередків спорту і туризму на рівні воєводства;
- розширення і розвиток туристичної інформаційної мережі у воєводстві;
- планування розбудови туристичної інфраструктури на місцевому рівні [12].

Компетенції повітів:

- створення на своїй території і забезпечення функціонування інституцій у сфері фізичної культури, туризму та відпочинку;
- створення шкільних турбаз і таборів;
- облік, нагляд за діяльністю і часткове фінансування спортивних і туристичних об'єднань на території повіту;
- фінансова підтримка спортивних, рекреаційних і туристичних заходів у межах повіту;
- реалізація спеціальних програм з туризму та спорту в рамках шкільного навчання [7].

Основні завдання, вирішення яких покладається на виконавчі органи гмін:

- облік і контроль закладів розміщення;
- збереження, модернізація і розбудова туристичних і спортивних об'єктів на території гміни;
- реалізація спеціальних програм з туризму та спорту в рамках шкільного навчання;
- охорона навколишнього середовища, пам'яток культури та архітектури [13].

Слід відмітити, що в Польщі застосовується типова європейська модель управління туризмом [4]. Стосовно законодавства та стратегічних документів у галузі туризму зазначимо, що основним законом, який регулює туристичну діяльність в Польщі є Закон «Про туристичні послуги» від 29 серпня 1997 р. Даний закон в повній мірі відповідає нормам європейського права.

Також чинною є «Національна Стратегія розвитку туризму в 2007-2013 рр.» (пріоритет – збереження і використання культурної і природної спадщини, розвиток туризму визначений для всіх без винятку воєводств). Основні цілі: створення нових туристичних продуктів, поліпшення якості та підвищення конкурентоспроможності вже існуючих туристичних продуктів та послуг на ринку. Важливим документом є також «Керівні принципи для розвитку туризму до 2015 року» [7]. Його основна мета: створення правових, організаційних, фінансових і кадрових ресурсів для розвитку туризму, сприяння соціально-економічному розвитку і

підвищенню конкурентоспроможності польських регіонів і країни в цілому, а також збереження культурних і природних цінностей.

Аналізуючи вищезазначені документи можна визначити пріоритетні напрямки в розвитку туризму в Польщі:

- Створення привабливих туристичних продуктів на місцевому, регіональному та міжрегіональному рівнях є лише одним з етапів розвитку конкурентоспроможного туристичного продукту. Також будуть підтримуватись заходи щодо його модернізації та покращення якості.
- Проектування і розробка туристичних продуктів будуть засновані на послідовному аналізі інтересів та цінностей туристів, перспективних форм туризму і організації сервісного забезпечення пропонованих послуг.
- Активізація транскордонного співробітництва, зокрема з Україною та Білорусією [3].
- Покращення та удосконалення освітніх програм для підготовки фахівців туристичної сфери.

Значна увага приділяється сталому розвитку туризму:

- підтримка ініціатив з розвитку агротуризму,
- розвиток екологічного туризму,
- популяризація сільського туризму серед жителів великих промислових агломерацій,
- розвиток гірського туризму,
- сприяння розвитку велоспорту,
- популяризація сплавів на каное,
- подальший розвиток кінного туризму,
- розвиток риболовлі та інших видів активного туризму [7].

*Висновки.* Польща займає досить сильні позиції на ринку туристичних послуг серед європейських країн. Цьому сприяє раціональна організація структури управління туризмом, активна співпраця держави та громадськості з метою розвитку туризму, значна увага до туристичної сфери на регіональному та місцевому рівнях, збереження та дбайливе використання туристичних ресурсів країни. Значну роль відіграє дотримання прописаних в туристичному законодавстві пунктів та сприяння формуванню конкурентоспроможного туристичного продукту на всіх рівнях влади.

*Використані джерела:*

1. Гутник О. В. Особливості реалізації державної політики Польщі у сфері туризму / О. В. Гутник // Публічне адміністрування: теорія та практика: Наук. зб. - 2010. - Випуск 1(3).
2. Мігущенко Ю.В. Компаративний аналіз інституціонального забезпечення туристичної діяльності України та Польщі/ Ю. В. Мігущенко // Проблеми и перспективы развития сотрудничества между странами Юго- Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ.- 2011. – С. 486 – 494.
3. Олійник Я. Б. Міжнародна логістика: Навч. пос. / Олійник Я. Б., Смирнов І. Г. К.: Обрії, 2011. – С. 357 – 359.
4. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. пос. / І.Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – С. 169-174.
5. Departament Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://bip.msit.gov.pl/portal/bip/36/12/Departament\\_Turystyki.html](http://bip.msit.gov.pl/portal/bip/36/12/Departament_Turystyki.html)

6. Działalność Instytutu Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intur.com.pl/instytut.php?nr=5>
7. Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.msport.gov.pl/strategie-turystyka/524-Kierunki-rozwoju-turystyki-do-2-15-roku>
8. Polska Agencja Rozwoju Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.part.com.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=323&Itemid=6](http://www.part.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=323&Itemid=6)
9. Polska Izba Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pit.org.pl/index.php?navi=001,002>
10. Polska Organizacja Turystyczna [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pot.gov.pl/o-pot/>
11. Rozwój Regionalny [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mrr.gov.pl/szukaj/Strony/Results.aspx?k=turystyka&s=www.mrr.gov.pl>
12. Strategia rozwoju turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [msport.gov.pl/strategie-turystyka](http://msport.gov.pl/strategie-turystyka)
13. Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

УДК 911.3

Матвієнко Н.М., Денисюк Ю.М.

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ХОРВАТІЇ

*Проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку туризму Хорватії, зокрема розглянуті особливості туристичної інфраструктури, охарактеризовано динаміку туристичних потоків.*

*Ключові слова: туристична інфраструктура, туристичний ринок, Хорватія.*

*Проанализировано современное состояние и перспективы развития туризма Хорватии, в частности рассмотренные особенности туристической инфраструктуры, охарактеризована динамика туристических потоков.*

*Ключевые слова: туристическая инфраструктура, туристический рынок, Хорватия.*

*The modern state and prospects of development of tourism of Croatia, features of tourist infrastructure considered in particular are analysed, the dynamics of tourist streams is described.*

*Key words: tourist infrastructure, tourist market, Croatia.*

*Актуальність дослідження.* Останнім часом стрімко зросла популярність Хорватії на міжнародному туристичному ринку. За результатами 2012 р. країна здобула нагороду Британської асоціації туристичних агентів (ABTA) як провідна туристична дестинація, а читачі британського журналу «Sunday Times Travel» визнали хорватські пляжі одними з найкращих в Європі, надавши їм третє місце після іспанських та грецьких. За рішенням німецького автоклубу ADAC у 2012 р. Хорватія, випередивши Австрію та Францію, посіла третю сходинку в списку кращих місць для туристів, що подорожують автомобілем. У цьому ж році хорватські кемпінги посіли восьме місце в Європі за кількістю ночівель, третє за потужністю та п'яте за ціною. За рішенням британської газети «The Guardian» Спліт було включено до 12 кращих міст світу для різдвяних покупок, відпочинку та розваг. І нарешті, престижний журнал «National Geographic Traveler» включив Істрію до двадцятки найбільш привабливих місць 2012 р.