

вивчення прогресивного світового досвіду функціонування галузі туризму, готельних комплексів, маркетингових досліджень, формування туристичного продукту та його становлення на ринку послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про туризм» від 09.11.2003, N 1282-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

2. Girod, A. *An analysis of the Development of MICE industry / A. Girod.* – [Dissertation]. – [Electronic source]. – Access mode: <http://www.du.se/pagefiles/18846/girodaur%C3%A9lie.pdf>.

3. *The role of business travel.* – [Electronic source]. – Access mode: [http://www.ustravel.org/sites/default/files/Business\\_Travel\\_ROI\\_Study\\_Key\\_Messages.pdf](http://www.ustravel.org/sites/default/files/Business_Travel_ROI_Study_Key_Messages.pdf).

**ЛІЛІЯ КРИВЕНЧУК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н, доцент Комар Н. В.**

## АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВНИХ ТА ПРИВАТНИХ СТРУКТУР У ПІДТРИМЦІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СВІТІ

На сьогоднішній день формуванням та реалізацією туристичної політики в світі займаються державні та недержавні організаційні структури, які утворені на різних рівнях організаційно-управлінського механізму та реалізують свої рішення через важелі впливу, що належать до їхніх повноважень, а саме через нормативно-правове регулювання, податкову політику, бюджетно-фінансову політику, інформаційно-промоційне забезпечення тощо. Зазначені важелі можуть бути ефективними та сприяти досягненню основної мети організаційно-управлінського механізму у випадку чіткого розподілу повноважень на різних рівнях управління та з чітким контролем дотримання норм законодавства і визначених стратегічних цілей.

Державно-приватне партнерство має багато переваг для застосування в туристичній сфері. Головною перевагою є те, що, з одного боку, багато об'єктів природно-рекреаційного комплексу не можуть бути приватизовані у зв'язку із стратегічною, економічною та соціально-політичною значимістю, а з іншого боку, в державному бюджеті немає достатніх коштів, які б дозволили забезпечити належне функціонування цих об'єктів. Саме для того щоб вирішити цю суперечність, можна успішно використовувати концепцію державно-приватного партнерства, яка виступає альтернативою приватизації стратегічно важливих об'єктів державної власності. Також державно-приватне партнерство дозволяє додатково залучити ресурси та технології, оптимізувати ризики, запобігти виникненню корупційних факторів.

Варто зазначити, що наразі у світі налічується більше 100 проектів державно-приватного партнерства, що реалізовані у сферах, пов'язаних із туризмом. Доцільним є розгляд лише деяких з них, головна відмінність полягає в отриманому від партнерства результаті. У табл. 1 відображена інформація щодо географічних зон реалізації ДППТ, учасників і головних результатів означеного виду партнерства на прикладі європейського регіону.

Таблиця 1

**Проекти державно-приватного партнерства в галузі туризму та їхні результати на прикладі Європи [1, 2]**

Регіон	Географічна зона	Назва проекту	Державний партнер	Приватний партнер	Результат партнерства
Європа	Туреччина, м. Стамбул	«Creating a tourist cluster: the Armada Hotel»	Уряд Туреччини	Індивідуальний підприємець К. Зото	Створення туристичного кластера
	Німеччина	«National Park Gateways Eifel National Park»	Міністерство навколишнього середовища, Міністерство економіки	Керівництво Національного парку «Eifel»	Створення 5 центрів для відвідувачів Національного парку та туристичних інформаційних центрів
		«Ski Trail Management of Harz National Park»	Міністерства економічних питань земель Нижня Саксонія та Саксонія-Ангальт	Адміністрація Національного парку «Harz»	Придбання нового обладнання
	Велика Британія	«Tourism Business Support Forest of Bowland Area of Outstanding Natural Beauty»	Ради графств Ланкашир, Йоркшир; Ради округу Крейвен; Рада м. Ланкастер, Престон, Пендл, Ріббл Веллі	Ініціація створення компанії «Bowland Experience Limited»	Створення підприємства
	Франція, м. Париж	«Disneyland»	Регіональна Рада Іль-де-Франс, Відомча Рада Сена-І-Марна, органи Приміської Транспортної Влади	Компанія «The Walt Disney Company»	Створення та подальший розвиток тематичного парку
	Кіпр	«Rural Tourism Development In Cyprus»	Туристична організація «Cyprus Tourism Organisation»	Власники сільських засобів розміщення	Створення сільських зелених садів

Проекти ДППТ реалізуються у країнах усіх регіонів світу, із різним рівнем економічного розвитку та туристичним потенціалом. Деякі з проектів орієнтовані на розвиток туризму по країні в цілому (проекти ДППТ у Таїланді, Австралії, Непалі, країнах Карибського басейну, Канаді, Гані), інші – на

розвиток певних destinations та (або) певних видів туризму на їхніх територіях (Кіпр, затока Акаба, національні парки тощо). Існують й такі, що стосуються розвитку певного об'єкта туристичної привабливості (готель «Armada» у м. Стамбул, тематичний парк «Диснейленд» у м. Париж).

Результат державно-приватного партнерства в галузі туризму може бути як матеріальним (створення туристичних інформаційних центрів, придбання нового обладнання, створення підприємства, тематичного парку, сільських садиб, тимчасових помешкань, туристичної стежки тощо), так і нематеріальним (створення туристичного кластера, туристично-рекреаційної зони, destinations, репозиціонування destinations, розробка програмного продукту, розвиток окремих видів туризму, впровадження програми розвитку туристичних підприємств, підвищення безпеки туристів, управління заповідною територією, освітні програми тощо).

Процес формування та реалізації проектів державно-приватного партнерства (ДПП) як механізмів розвитку економіки України ще тільки починає своє становлення та вже має підтримку з боку держави та міжнародних організацій. Для того, щоб впровадження проектів державно-приватного партнерства в Україні було дієвим, потрібно продовжувати роботу зі створення умов для успішної їх реалізації. Важливим завданням для органів влади є розробка законодавчо-нормативних документів щодо здійснення ДПП саме в туристичній галузі; збір та аналіз даних щодо реалізації подібних проектів за кордоном, створення банку даних подібних проектів; більш активне висвітлення у засобах масової інформації бажання держави налагодити з приватним сектором і громадянами відносини, що засновані на довірі; проведення роз'яснювальної роботи щодо необхідності активної участі громадян у обговореннях питань, пов'язаних із державно-приватним партнерством у туризмі та розвитком туризму на усіх рівнях.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness [Electronic resource]. – Access mode : [https:// library.conservation.org/Published /Documents/2009/PublicPrivate/Sector/Cooperation/.pdf](https://library.conservation.org/Published/Documents/2009/PublicPrivate/Sector/Cooperation/.pdf)*

2. *Partington R. Public-Private Sector Partnerships: Mutual Benefits for Business and Protected Areas / R. Partington [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.europarc.org/uploaded/documents/871.pdf>*

**РОМАН КУЗЬ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Ліщинський І. О.**

## ФРАНЦІЯ – ВЕЛИКА ТУРИСТИЧНА ДЕРЖАВА

Сьогодні ми сприймаємо туризм як найбільш масовий феномен ХХ століття, як одне з яскравих явищ сьогодення, яке реально заходить в усі сфери нашого життя й змінює світ і ландшафти довкола себе. Туризм став одним з найважливіших чинників економіки.