кількістю різноманітних спільних проектів, які перетворюють Україну на «міст» між ЄС та Росією.

- третім сценарієм можна сформулювати як «Вибоїста дорога». Україна досі в процесі імплементації УА. Після кількох виборів країна мало просунулася на шляху євроінтеграції і не виявила чіткої політичної волі до поглиблення інтеграції з ЄС. Це призводить до неоднозначності у відносинах Україна-ЄС і дає змогу Росії зберігати сильний вплив на Україну.

- останнім сценарієм є «Глухий кут» Демократичний процес в Україні згортається. Економічні вигоди деяких «груп інтересів» штовхають Україну до Євразійського економічного союзу і Україна перебуває під сильним впливом Росії, що має наслідком певний рівень інтеграції у євразійський простір. Відносини Україна-ЄС майже заморожено на невизначений період.

Констатуючи факти й результати сучасних реформ, а також причини політичної кризи та тривалість збройного конфлікту на Сході країни можна з упевненістю говорити про те що реально діючим сценарієм став сценарій «Вибоїстої дороги». При чому її напрям поки що не визначено, тобто чи вона веде в «Глухий кут» чи поступово виведе на швидкісну магістраль. Встановлення того чи іншого напряму залежить не лише від здійснених політичних кроків і прийнятих економічних реформ, а й від трансформації суспільної свідомості щодо підтримки дії цих реформ. Так саме симбіоз тотального реформування економіки і трансформації суспільних цінностей може призвести до позитивних змін в процесі зростання темпів Євроінтеграції України.

Список використаних джерел:

1. Майбутнє відносин Україна – ЄС. Чотири сценарії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/10676.pdf

Юлія ГРЕЙДА
науковий керівник
к.е.н., доц. Гродський С.В.
ІФННІМ ТНЕУ

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСРІЇ ЄВРОПИ

Сьогодні Європейський Союз займає провідні позиції у світовому господарстві. На його частку припадає 41,4 % світового товарного експорту та 39,8 % імпорту, 42,8 % сагового експорту та 41,9 % імпорту послуг. Тому для будь-якої країни співробітництво з Європейським Союзом означає можливість отримати істотні економічні здобутки, які, зрештою, сприятимуть економічному зростанню та підвищенню життєвого рівня населення.

Стратегія Європа-2020, яку було прийнято у 2010 році, є дороговказом ЄС у сферах зайнятості, освіти, соціального забезпечення, туризму, екології, інновацій та розробок. Стратегією було встановлено конкретні орієнтири, які

країни повинні досягти до 2020 року. Вона передбачає наявність трьох основних ініціатив: «розумного», «всеосяжного» та «стійкого» зростання. На підвищення ефективності туристичного розвитку спрямована саме концепція всеосяжного зростання, причому зміни передбачають структурну перебудову туристичного ринку, розширення можливостей для його учасників.

Туризм є одним із секторів економіки ЄС та у зв'язку з цим охоплений політикою внутрішнього ринку. Для забезпечення відповідного функціонування цього ринку, а насамперед коли існує потреба ліквідації бар'єрів, що гальмують його створення і розвиток, Лісабонський договір у ст. 115 уповноважив органи Європейського Союзу до прийняття дій щодо гармонізації права. Для туризму значення мають також дії, які проводять у межах реалізації таких політик, як транспортна, охорони навколишнього середовища, регіональної політики та розвитку сільських регіонів і багатьох інших сферах діяльності ЄС.

У межах існуючих фінансових інструментів ЄС відчувається відсутність інструментів, цілковито призначених для фінансування підприємництва у сфері туризму. Туризм користується фінансовою підтримкою різних фінансових інструментів. Упродовж 2007-2013 рр. розвиток діяльності, послуг та туристичної інфраструктури фінансово підтримували в межах структурних, а також інших програм ЄС.

Реалізацію конкретних туристичних проектів фінансували із таких засобів та інструментів, як європейські структурні фонди (EFRR, EFS). Європейський фонд розвитку сільськогосподарських регіонів, європейський фонд рибальства, а також рамковий документ у справі конкуренції та інновацій мав велике значення для туризму, оскільки з 2008 р. його використовують, щоб підтримувати функціонування створення європейського конкурентоспроможного та зрівноваженого туризму.

Якщо йдеться про період після 2013 р., то можливості підтримки туризму в межах різноманітних європейських фондів, а також через консолідацію вже вжитих дій, зроблених у цій сфері, залежатимуть від рішень, що прийматимуть у світлі пріоритетів дій ЄС: бюджетних обмежень.

Згідно із проектом декларації союзних міністрів туризму, держави-члени ЄС зобов'язуються до підтримки «засобів та ініціатив», спрямованих на продовження сезону в туризмі. Метою європейської туристичної політики буде боротьба із сезонністю та підтримка можливості працевлаштування поза сезоном.

Туризм є частиною внутрішнього ринку ЄС. Дії, вжиті у цьому напрямі, повинні забезпечувати реалізацію загальних економічних цілей ЄС через реалізацію стратегії об'єднання «Європа 2020».

Натомість напрями діяльності, які проводять на рівні Європейського Союзу стосовно туризму, окреслені в документі «Європа - найпопулярніший туристичний напрям у світі - нові політичні рамки для європейського туристичного сектору». У ньому наголошено, що під впливом економічної кризи та інших дестабілізуючих чинників європейський туристичний сектор опинився у складній ситуації. Вищесказане підтвердила також як лабільність

цієї сфери, так і її відповідність. Адже європейці надають значної ваги відпочинку та подорожам. З одного боку, фінансова та економічна криза, яку відчули у країнах-членах ЄС, значною мірою вплинула також на попит на туристичні послуги. Потерпали від збитків авіалінії, бюро подорожей, організатори групових поїздок, а також самі туристи.

З цією метою обов'язковою є мобілізація усіх активних у цій сфері об'єктів і їхня співпраця в нових сконсолідованих політичних рамках, які враховуватимуть нові пріоритети ЄС, сформульовані у стратегії «Європа 2020». Європа покликана стати найпопулярнішим туристичним напрямом у світі, а також максимально користати з багатства і різнорідності, що знаходяться у межах кордонів її території.

У згадуваному документі Єврокомісії «Європа - найпопулярніший туристичний напрям у світі - нові політичні рамки для європейського туристичного сектору» підкреслено, що новітні виклики ставлять для європейського туристичного сектору як загрози, так і нові шанси розвитку. З одного боку, цей сектор необхідно пристосувати до суспільних змін, які загрожують туристичному попиту, а з іншого - необхідно врахувати обмеження, що виникають із сучасної структури цього сектору, його особливий характер, а також соціально-економічний контекст. До викликів належать:

- економічна ситуація - європейський туристичний сектор потерпів від світової економічної кризи;
- зростання конкуренції на світовому туристичному ринку - як кожен інший сектор економіки, туризм мусить протистояти щоразу сильнішій світовій конкуренції, оскільки країни із економікою, яка інтенсивно розвивається, притягують все більше туристів;
- зміни в демографічній структурі Європи - це систематичне зростання кількості осіб у похилому віці (понад 65 років), що відзначаються добрим здоров'ям, адже цей факт спричиняє до збільшення кількості туристів у такому віці (50-65 років); наступна тенденція - збільшення кількості туристів із обмеженою мобільністю, особливі потреби яких теж належить врахувати в пропозиції туристичних послуг;
- зміни клімату - зміни кліматичних умов у Європі можуть спричиняти до ґрунтовної зміни моделі подорожей і вплинути на вибір туристичних дестинацій; зменшення снігового покриву в гірських масивах може спричинити до драматичних обмежень попиту на зимовий туризм; водночас може підвищитися рівень моря, що, своєю чергою, змінить функціонування у прибережних регіонах;
- розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їхня зростаюча роль серед споживачів; оцінка рівня свідомості, доступності і ступеня використання цих послуг різними зацікавленими суб'єктами вказує на те, що вони використовують їх залежно від умінь, розміру і позицій у туристичному процесі;
- сезонність попиту на туристичні послуги - значна частина попиту на туристичні послуги припадає на липень і серпень; ця сезонність впливає не

лише на доходи, але й спричиняє до неповного використання існуючої інфраструктури і робочої сили.

Окреслені у згадуваному документі ЄС дії мають на меті створення сприятливих умов для розвитку туризму в Європі. Ці дії концентруються довкола чотирьох елементів, які, своєю чергою, включають низку заходів у їхніх межах.

По-перше, стимулювання конкурентності туристичного сектору в Європі. У межах цього напряму провадитимуть дії, що матимуть на меті:

- заохочення до урізноманітнення туристичної пропозиції через опрацювання згуртованості стратегії пропозиції та інтенсивної популяризації спільної європейської спадщини, яка спиратиметься, між іншим, на знакові - «Європейська спадщина», а також «Дні європейської спадщини» та ін.;
- підтримка інтеграції туристичної стратегії у сфері збереження природного багатства, у контексті якого також планують впровадження спільних знаків;
- розвиток інновацій у туристичному секторі; завдання полягає у полегшенні пристосування туристичного сектору і активних у ньому підприємств до ринку новітніх технологій, підвищення їхньої конкурентоспроможності за максимального використання між цими двома секторами європейського ринку;
- покращення механізму туристичного обміну між державами-членами ЄС, які дають змогу кільком цільовими групам (молоді, особам похилого віку, особам із особливими потребами чи з обмеженою мобільністю, а також особам із низькими доходами) подорожувати поза туристичними сезонами;
- напрацювання механізму добровільного обміну інформацією, який покращить координацію термінів шкільних канікул між державами-членами, з урахуванням культурних традицій;
- спираючись на результати пілотного проекту «Віртуальна обсерваторія туризму», завданням якої була підтримка дослідницьких інституцій, здійснити аналіз суспільно-економічного характеру туризму.

По-друге, підтримка розвитку зрівноваженого туризму високої якості. В межах цього напряму передбачено таке:

- опрацювання за допомогою мережі NECSTouR та EDEN комплексу показників для зрівноваженого управління туристичною сферою; на підставі цього Європейська комісія опрацьовуватиме системи ознакування для промоції туристичних напрямів;
- організація туристичних компаній, діяльність яких охоплює проблему вибору туристичних напрямів, засобів транспорту, зв'язки із місцевими фірмами та населенням у відповідних регіонах;
- створення європейського знака «туризм високої якості на підставі доцьогочасного досвіду держав-членів»; його мета - збільшення довіри споживачів, які з турботою про високу якість послуг і задоволення клієнтів відзначатимуть заклади туристичної сфери, які, з метою збільшення безпеки і довіри споживачів, дбають про високу якість послуг і задоволення потреб клієнтів, вживаючи для цього стратегічно важливі заходи;

- допомога європейському туристичному сектору в ідентифікації засад, пов'язаних зі зміною клімату, що дозволить уникнути невдалих інвестицій і вивчити нові можливості розвитку альтернативних туристичних пропозицій, а також заснування європейської нагороди для підприємств і туристичних об'єктів, які найкраще втілюють ці засади;
- налагодження або зміцнення співпраці між ЄС і найбільшими східними економіками (Китай, Росія, Індія, Бразилія), а також із державами басейну Середземного моря з метою пропагування моделі розвитку зрівноваженого туризму та обміну досвідом у цій сфері.

По-третє, консолідація візерунка і позиціонування Європи як системи зрівноважених напрямів високої якості.

З цією метою передбачено вжити такі заходи:

- створення, разом із державами-членами, справжньої європейської марки, яка допоможе рекламним діям на державному та регіональному рівнях, а також даватиме змогу вирізнити європейські туристичні напрями серед інших цікавих для туристів місць у світі;
- рекламування інтернет-порталу «visiteurope.com» з метою підвищення привабливості Європи як сукупності зрівноважених туристичних напрямів високої якості, передусім стосовно економік, що розвиваються;
- підтримка спільних рекламних заходів міжнародного характеру та під час ярмарків і туристичних салонів; збільшення активності ЄС у взаєминах із ЮНВТО, ОЕСД, Т20 у сфері туризму.

По-четверте, повніше використання потенціалу різних сфер політики та фінансових інструментів ЄС на користь розвитку туризму.

Туристична галузь відзначається синтетичністю, насамперед транспортної політики (зрівноважений розвиток мобільності, права і безпека пасажирів, якість засобів транспорту), політики конкуренції (проблема конкуренції підприємств, передусім пов'язана з інтернет-продажем, поетапна їхня інтеграція та допомога держави), політики підприємництва (свобода підприємництва, свобода надання послуг, пов'язаних з туризмом, та висока їхня якість, розвиток електронного ринку), податкової політики (ліквідація податкових перешкод для відповідного функціонування внутрішнього ринку, фіскальна політика щодо підприємств цього сектору, таких як бюро подорожей, податкові пільги), політики охорони споживачів (дотримання прав підписання умов, неетичне ведення торгівлі, дистанційний продаж), а також політики охорони навколишнього середовища, регіонального розвитку і розвитку сільських територій.

Список використаних джерел:

1. European Commission Communication: EUROPE 2020 – A strategy for smart,sustainable and inclusive growth (March 2010) http://www.europeanpaymentscouncil.eu/knowledge_bank_detail.cfm?documents_id =476.

2. Multiannual Financial Framework 2014–2020. – Mode of access : http://ec.europa.eu/budget/mff/index_en.cfm