

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ

FOREIGN EXPERIENCE IN DEVELOPING STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY

У даній роботі авторами проаналізовано зарубіжний досвід розробки стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму, а також реалізовано завдання порівняти особливості формування стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму в зарубіжних країнах, на прикладі Фінляндії, Туреччини, Канади, і у подальших наукових розвідках адаптувати основні положення для вдосконалення методики розробки стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму в нашій державі. Також у статті зазначено, що проведений аналіз зарубіжних стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму показав, що у сучасних умовах неможливо розвивати індустрію гостинності і туризму без програми її розвитку та ефективного функціонування. У досліджуваних країнах доходи від індустрії гостинності і туризму займають значну частину валового продукту, що говорить про ефективність розроблених та застосовуваних стратегій розвитку.

Ключові слова: індустрія гостинності, туризм, стратегії розвитку, стратегічне планування, регіон, туристична дестинація.

In this work, the authors analyzed the foreign experience of developing strategies for the development of the hospitality and tourism industry, and also implemented the task of comparing the features of the development of strategies for the development of the hospitality and tourism industry in foreign countries, using the example of Finland, Turkey, and Canada, and in further scientific research to adapt the main provisions for improvement methods of developing a strategy for the development of the hospitality and tourism industry in our country. It is now clearly recognized that the hospitality and tourism industry needs to develop on a sustainable and managed basis. The authors of the work note that the application of a strategic approach to the development of the hospitality and tourism industry based on the theory of sustainable development will allow to significantly reduce the negative consequences between the need to satisfy the demand for tourist services, which is constantly growing, and a small amount of natural, anthropogenic, as well as material resources, irrational use which leads to deterioration of ecology and environment in tourist destinations. The article emphasizes the fact that the governments of many countries today pay a lot of attention to the formation of strategies for the development of regions, in particular, strategies for the development of the hospitality and tourism industry. The work also states that a properly developed strategy will increase the efficiency of the hospitality and tourism industry, both in the state as a whole and in its individual regions. The article also states that the analysis of foreign strategies for the development of the hospitality and tourism industry showed that in modern conditions it is impossible to develop the hospitality and tourism industry without a program for its development and effective functioning. In the studied countries, the income from the hospitality and tourism industry occupies a significant part of the gross product, which speaks of the effectiveness of the developed and applied development strategies.

Key words: hospitality industry, tourism, development strategies, strategic planning, region, tourist destination.

УДК 338.48:640.4.7(100)

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.85-25>

Коваленко О.В.

к.пед.н., доцент,
завідувач кафедри туризму,
Сумський національний аграрний
університет

Новікова А.В.

к.с.-г.н., старший викладач
кафедри туризму,
Сумський національний аграрний
університет

Kovalenko Oleksandr

Sumy National Agrarian University

Novikova Anna

Sumy National Agrarian University

Постановка проблеми. Останнім часом в індустрії гостинності та туризму відбуваються істотні зміни. Розвиток даної галузі на нових територіях, а також посилення конкуренції змушують уряди різних країн переглядати своє ставлення до розвитку індустрії гостинності та туризму і ґрунтовніше підходити до розробки стратегій розвитку цієї галузі. В даний час чітко визнано, що для індустрії гостинності та туризму необхідний розвиток на стійкій та керованій основі.

Застосування стратегічного підходу до розвитку індустрії гостинності та туризму на основі теорії сталого розвитку дозволить значно зменшити негативні наслідки між необхідністю задоволення попиту на туристичні послуги, який постійно зростає, і невеликою кількістю природних, антропогенних, а також матеріальних ресурсів, нераціональне використання яких приводе до погіршення стану екології та навколишнього середовища у туристичних дестинаціях.

Нині урядами багатьох країн приділяється багато уваги формуванню стратегій розвитку регіо-

нів, зокрема і стратегіям розвитку індустрії гостинності та туризму. Правильно розроблена стратегія дозволить підвищити ефективність функціонування індустрії гостинності та туризму, як державі в цілому, так і в окремих її регіонах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед зарубіжних авторів, які займались вивченням питань функціонування та розвитку індустрії гостинності та туризму слід зазначити: Р. Браймера, Л. Вагена, О. Вейнштайн, Й. Майлс, М.М. Савона, К. Хіпп, Дж. Хоувелс; серед вітчизняних – А. Голода, О. Заячук, Г. Круль, Н. Лохман, В. Мазур, Г. Тарасюк та інших.

Серед вчених, які розглядали процеси розробки стратегій у сфері туризму та індустрії гостинності слід згадати таких, як Т. Деділова, О. Коваленко, І. Несторишен, О. Носирєв, Я. Прокопєць, І. Токар.

Дослідженням особливостей стратегічного планування індустрії гостинності та туризму займалися і такі вітчизняні дослідники, як Н. Гахович, Т. Дупляк, В. Жученко, Ю. Забалдіна, О. Кушніренко, О. Фастовець та інші.

Постановка завдання. Метою написання даної статті є проаналізувати зарубіжний досвід розробки стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму. Для досягнення цієї мети потрібна реалізація таких завдань: порівняння особливості формування стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму в зарубіжних країнах (Фінляндія, Туреччина, Канада) і у подальших наукових розвідках адаптувати основні положення для вдосконалення методики розробки стратегії розвитку індустрії гостинності та туризму в нашій державі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині майже у всіх країнах, які прагнуть розвивати індустрію гостинності та туризму, існують довгострокові стратегії розвитку цієї галузі. Проаналізуємо кілька із них на прикладі трьох країн, таких як Фінляндія, Туреччина та Канада.

Фінляндія є привабливою для мандрівників завдяки унікальному природному ландшафту та гарному стану навколишнього середовища, що, безумовно, є сильною конкурентною перевагою, оскільки на земній кулі з кожним роком зменшується кількість екологічно безпечних дестинацій. Так як Фінляндію знають, особливо як країну «зимової казки» та батьківщину Санта Клауса, більшість туристів вважають за краще відпочивати у Фінляндії у зимовий час. Новорічний період традиційно є піковим сезоном для індустрії гостинності та туризму у Фінляндії.

У Фінляндії частка доходів від туризму у ВВП дещо нижча, ніж у конкуруючих країн Швеції, Норвегії та Данії. Проте, для розвитку ринку туристсько-рекреаційних послуг Міністерством праці та економіки Фінляндії було створено стратегію розвитку цієї галузі [1].

Провідний принцип стратегії – підвищення ролі визнаних сильних сторін фінського туризму та надання допомоги мережевим компаніям, орієнтованим на подальше об'єднання в туристичних кластерах. Зважаючи на фінансове становище держави протягом найближчих кількох років, стратегія має фінансові обмеження та пропонує лише ключові цілі та заходи. Вона окреслює основні цілі розвитку, заходи досягнення цих цілей і описує кроки, які необхідні для відстеження її ефективності.

Стратегія передбачає, що фінський туризм зростатиме і збільшуватиме прибутковість, досягне успіху в конкурентній боротьбі за міжнародні туристичні потоки. Конкретною метою виступає підвищення міжнародного попиту на туризм, збільшення обсягу продажу послуг гостинності та продажу товарів і послуг галузей, які опосередковано пов'язані з торгівлею. Туризм розглядається як одна із ключових експортних галузей. Стратегія поділяє цілі та заходи на три категорії: розвиток внутрішнього туризму, зміцнення іміджу Фінляндії як туристичного місця призначення, а також

особлива увага приділяється спільній політиці держави у туристичній галузі.

Основні цілі у сфері розвитку внутрішнього туризму включають: зміцнення туристських кластерів та мереж, що сприяють зростанню та розвитку підприємств індустрії гостинності й туризму, а також покращення інфраструктури туристичних напрямків і регіонів. Ці цілі та заходи пов'язані з фінансуванням індустрії гостинності й туризму [2].

Фінляндія мало відома як туристичний напрямок. Хоча сучасні маркетингові канали значно полегшують процес просування дестинації на світовому ринку послуг гостинності та туризму, присутність Фінського управління туризму на ключових зовнішніх ринках не менш потрібна. Тому стратегія пропонує додаткові ресурси для Фінського управління туризму.

У європейському масштабі ціни на фінські туристичні послуги високі. Великі податки та вартість робочої сили є однією з причин високого рівня цін на послуги. Стратегія передбачає, що податок на додану вартість збережеться на конкурентоспроможному рівні в європейському масштабі, і що податок на електроенергію, який застосовується до сервісних підприємств, знизиться до рівня, що застосовується у промисловості.

Метою розробки стратегічної програми для туризму, заснованої на партнерстві між туристичними і промисловими підприємствами в державному секторі, було формування ефективної системи контролю розвитку індустрії гостинності та туризму, координація оперативних передумов розвитку туристичного бізнесу, і, за необхідності, пропозиція нових ініціатив щодо подальшого розвитку туризму у Фінляндії.

Стратегічна програма з туризму й індустрії гостинності вносить ясність у діяльність та ролі різних сторін. Ця стратегія визначає ролі наступним чином: Управління туризму Фінляндії відповідатиме за «власність» і координацію діяльності, спрямованої на просування туристичного бренду Фінляндії у сфері зовнішньої торгівлі. Воно залишиться провідним координатором програми підвищення якості у всій галузі та буде відповідальним за підвищення кваліфікації працівників галузі.

Крім того, рекомендується, щоб у регіонах, де туризм є одним з основних напрямків регіонального економічного розвитку, було створено робочу групу з туризму, що складається з провідних менеджерів Центру економічного розвитку, транспорту та навколишнього середовища й регіональної ради [1].

Заходи стратегії поділені на три взаємодоповнюючі частини: розвиток туристичного сектора, зміцнення іміджу Фінляндії як туристичного місця призначення та розвиток основ промислової політики.

Реалізація стратегії розвитку туризму буде контролюватись, і результати діяльності будуть

представлені у щорічному туристичному семінарі-звіті з актуальних питань, організованих Міністерством праці та економіки Фінляндії. Планується коригувати окремі положення стратегії раз на 4 роки.

Туреччина – країна пляжного відпочинку для мандрівників із країн усього світу. Індустрія гостинності й туризму в Туреччині постійно покращується. У Туреччині добре розвинений туристичний сервіс, що було зумовлено розвитком послуг гостинності та туризму в прибережних районах, існуванням на території цієї держави великої кількості визначних пам'яток.

Неправильне планування туристських зон у Туреччині призвело до масової концентрації об'єктів туризму у Середземному та Егейському прибережних районах; не раціональному міському розвитку – будівництву житлових будинків далеко від берегової лінії; відсутності інфраструктури й наявності екологічних проблем.

Для усунення цих недоліків створювалася стратегія розвитку індустрії гостинності й туризму Туреччини до 2025 року, яка є документом, спрямованим на розширення ролі управління в індустрії гостинності та туризму, а також реалізації стратегічних зусиль у галузі планування і стимулювання співпраці між державним й приватними секторами індустрії гостинності та туризму. Стратегія розвитку індустрії гостинності та туризму Туреччини підготовлена з використанням підходу «перспективного планування» і має на меті створення ефективної системи управління розвитком туризму та індустрії гостинності, визначення етапів реалізації стратегії та складання перспективного плану для кожного сектора індустрії гостинності.

Стратегія розвитку індустрії гостинності та туризму Туреччини передбачає більш ефективне використання природних, культурних, історичних і географічних ресурсів. Для реалізації цих цілей передбачається використовувати інтегровану, а не індивідуальну оцінку різних об'єктів та населених пунктів, які мають велике значення для лікувального, пляжного туризму, зимових та гірських видів спорту.

Ця стратегія складається з декількох розділів, націлених на розвиток індустрії гостинності й туризму, що акцентують увагу на такі сфери як: планування, інвестиції, організація, розвиток внутрішнього туризму, науково-дослідна діяльність, транспорт та інфраструктура, маркетинг та просування, освіта, якісний сервіс, формування брендів міст, диверсифікація туризму, визначення областей, яким необхідні заходи щодо відновлення від негативного впливу масового туризму, зони розвитку індустрії гостинності й туризму, розвиток туристських міст та зон екологічного туризму [3, с. 121].

У розділі з планування констатується, що розвиток індустрії гостинності та туризму має бути

підкріплено стратегією, яка гнучко реагуватиме на мінливі умови, буде прозорою і в якій буде визначено відповідальність усіх учасників на кожному етапі реалізації стратегії. Розділ, присвячений інвестиціям, розглядає питання високого рівня ПДВ у Туреччині та пропонує встановлення певних знижок для підприємств індустрії гостинності і туризму. Розділ розвитку внутрішнього туризму зосереджується насамперед на аналізі статистичних даних та ефективних рекламних кампаніях внутрішніх подорожей у найближчій перспективі.

У розділі маркетингу та просування на перший план висувається значення рекламних кампаній, фірмових комунікацій та створення іміджу. Розділ освіти покладено на Міністерство культури і туризму, яке оптимізує якість навчальних курсів, що формуються, наданих різними освітніми установами. Розділ, присвячений формуванню іміджу турецьких міст, містить заходи щодо розвитку міст, яким мають слідувати не тільки відомі у світі туристичні центри, а й ті, в яких ще планується розвинути історичний та культурний туризм.

У стратегії є розділ, присвячений створенню туристичних зон, тематичних туристичних міст та зон екологічного туризму Туреччини. Для здійснення задуманого необхідно направити державні й приватні інвестиції до туристичних районів. У цьому розділі обґрунтовується положення про те, як, де і на яких умовах могли б бути розвинені альтернативні види туризму на національному та регіональному рівнях.

Канада є однією з найбільших та цивілізованих країн у світі. Всі регіони Канади відрізняються один від одного, відвідавши їх можна вивчити відмінності звичаїв та традицій усіх народів, що населяють цю країну. У кожному з регіонів надаються послуги гостинності і туризму високої якості, які здатні задовольнити найвибагливіші вимоги клієнтів.

Канада славиться своїми елітними гірськолижними курортами, на яких тренуються і спортсмени, а також проходять світові змагання із зимових видів спорту. Канада, як і США, поєднала у собі всю різноманітність світу. Наявність великої території, різноманітних ландшафтів, різних релігійних і культурних традицій, багата історією разом із застосуванням новітніх технологій створює Канаді значну конкурентну перевагу серед інших країн [4].

Національна Стратегія туризму пропонує напрям для майбутнього зростання туризму в Канаді, який може бути забезпечений шляхом вирішення основних проблем індустрії гостинності та туризму на основі узгоджених дій федеральних, регіональних та муніципальних урядів, а також тісної співпраці держави з приватними компаніями. Світ змінюється, і туристичний сектор повинен пристосуватися до навколишнього середовища, що змінюється.

У національній туристичній стратегії Канади розглядаються такі розділи [5]:

1. Всебічне дослідження споживачів, щоб краще зрозуміти очікування мандрівників.
2. Маркетингові та рекламні кампанії, що відображають територіальні особливості та різноманітність пам'яток у Канаді.
3. Подальший розвиток аборигенного екотуризму (етнографічний туризм).
4. Розвиток туризму на півночі Канади.
5. Стратегії управління людськими ресурсами, а саме залучення і збереження співробітників в індустрії гостинності та туризму.
6. Інвестиції в інфраструктуру індустрії гостинності та туризму.
7. Формування ефективної транспортної системи.
8. Вивчення та адаптація принципів сталого розвитку індустрії гостинності та туризму, а також зарубіжного досвіду.

Національна стратегія розвитку індустрії гостинності й туризму Канади зосереджується на наступних стратегічних цілях:

1. Виняткові господарі. У всьому світі канадці відомі як привітні, доброзичливі та справді гостинні люди. Підвищення якості освіти у сфері гостинності та туризму. Освіта має бути якісною, узгодженою з потребами у фахівців підприємств галузі. Співробітники закладів індустрії гостинності і туризму мають відповідати міжнародному рівню.

2. Виняткові події. Канада пропонує справді виняткові та оригінальні туристичні заходи, події й фестивалі, які надають можливість туристам глибше вивчити Канаду. Особливістю є якість туристичного продукту, розширена пропозиція та різнобічний розвиток сприяють просуванню даного турпродукту на міжнародний ринок. Передбачається збільшення державних і приватних інвестицій у розробку як турпродуктів, так і інфраструктури індустрії гостинності й туризму. Аборигенний екотуризм і північний туризм є пріоритетними видами туризму, для розвитку яких необхідна координація зусиль, як держави, так і приватних структур.

3. Транспортна доступність. Подорожі до Канади та по всій її території мають бути ефективними, можливими і безпечними. Заохочення розвитку міжнародних аеропортів Канади, збільшення пропускної спроможності повітряних, морських та наземних доріг, їхня інтеграція сприятиме збільшенню кількості прибуття в Канаду. Уряд повинен забезпечити безпеку на всіх видах транспорту.

4. Виняткова репутація. Канада відома як цікава країна, екологічно стійка та безпечна дестинація. Необхідно розробити єдину маркетингову концепцію просування Канади на світовий ринок індустрії гостинності та туризму. Важливим є регіональний розвиток індустрії гостинності й туризму.

Оцінка результатів маркетингової стратегії, яка застосовується, повинна бути своєчасною і точною.

Стратегія ідентифікує шість основних заходів. Вони були відібрані через їхнє національне значення та наслідки від їх здійснення для індустрії гостинності в цілому, вони вказують на проблеми, що вимагають негайного вирішення для ефективного розвитку даної галузі. Національна стратегія розвитку індустрії гостинності й туризму формує основу для довгострокового, узгодженого підходу до конкурентоспроможного зростання туристичного сектора. Працюючи спільно, уряд та приватні структури зможуть створити всесвітньо відомий конкурентоспроможний туристичний сектор у Канаді.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, підсумовуючи усе викладене вище, можна зазначити наступне: аналіз зарубіжних стратегій розвитку індустрії гостинності та туризму показав, що у сучасних умовах неможливо розвивати індустрію гостинності і туризму без програми її розвитку та ефективного функціонування. У досліджуваних країнах доходи від індустрії гостинності й туризму займають значну частину валового продукту, що говорить про ефективність розроблених та застосовуваних стратегій розвитку. У формуванні стратегії велику роль грають уряди країн, які досліджувались. У всіх стратегіях є такі розділи як підвищення рівня поінформованості про країну, розвиток транспортної інфраструктури, підвищення зайнятості у сфері гостинності й туризму, збільшення доходів від цієї індустрії. Стратегії націлені на створення ефективного керівництва розвитком туризму й індустрії гостинності, у яких описуються етапи стратегії і складаються перспективні плани подальшого розвитку кожного сектора індустрії гостинності та туризму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дупляк Т.П., Жученко В.Г., Забалдіна Ю.Б. Методологічні підходи до стратегічного планування розвитку туристичної дестинації. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6735> (дата звернення: 20.02.2024).
2. Кушніренко О., Гахович Н. Імплементация европейских принципов в стратегическому планировании повоенного відновлення України. *Науковий вісник Міжнародної асоціації науковців. Серія: економіка, управління, безпека, технології*. 2023. № 2 (2). С. 87–99.
3. Лохман Н.В. Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд : монографія. Кривий ріг : ДонНУЕТ, 2021. 170 с.
4. Несторишен І., Прокопець Я. Економіка індустрії гостинності в сучасних умовах: міжнародні та вітчизняні тренди. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2023. № 2 (8). С. 20–26.

5. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2021. 189 с.

REFERENCES:

1. Dupliak, T.P., Zhuchenko, V.G., Zabaldina, Y.B. (2018) Metodolohichni pidkhody do stratehichnoho planuvannia rozvytku turystychnoi destynatsii [Strategic planning methodological approaches of tourism destination development]. *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6735> (in Ukrainian)

2. Kushnirenko O., Hakhovych N. (2023) Implementatsiia yevropeiskykh pryntsyviv v stratehichnomu planuvanni povoiennoho vidnovlennia Ukrainy [Implementation of European principles in the strategic planning of the post-war reconstruction of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoi asotsiatsii naukovtsiv. Seriia:*

ekonomika, upravlinnia, bezpeka, tekhnologii, no. 2 (2), pp. 87–99. (in Ukrainian)

3. Lokhman N.V. (2021) Rozvytok industriji ghostynnosti: suchasnyj pohljad: monohrafija [Development of the hospitality industry: a modern view]. Kryvyj Rih: DonNUET. 170 p. (in Ukrainian)

4. Nestoryshen I., Prokopets Ya. (2023) Ekonomika industriji hostynnosti v suchasnykh umovakh: mizhnarodni ta vitchyzniani trendy [Economics of the hospitality industry in modern conditions: international and domestic trends]. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, no. 8, pp. 20–26. (in Ukrainian)

5. Stratehii staloho rozvytku v turyzmi ta hotelno-restorannomu biznesi: mozhlyvosti i problemy zaprovadzhennia v Ukraini : kol. monohrafiia [Sustainable development strategies in tourism and hotel and restaurant business: opportunities and problems of implementation in Ukraine] (2021). Za red. d-ra ist. nauk, prof. Chepurdy H.M.; Cherkas. derzh. tekhnol. un-t. Cherkasy : ChDTU, 2021. 189 p. (in Ukrainian)