

Володимир ФУРТІЙ,
 магістр туризмознавець факультету туризму та міжнародних комунікацій
 ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Україна, Ужгород), vovafurtyi@gmail.com

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У ПОСТКОМУНІСТИЧНИХ КРАЇНАХ (ПОЛЬЩА, СЛОВАЧЧИНА, УГОРЩИНА): ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

У статті здійснено дослідження організації туризму в посткомуністичних країнах (Польща, Словаччина, Угорщина). Автор розглянув стан розвитку туризму, проблеми, що заважають перетворити її в провідну галузь, обґрунтував рекомендації щодо покращення послуг туристичної галузі в Україні. Розкриття теми стало можливим завдяки використанню загальнонаукових методів пізнання: аналізу, синтезу, системності, узагальнення, конкретності, історизму та діалектичного методу. У науковій праці також віддано перевагу історичним методам дослідження: історико-генетичному, історико-порівняльному, історико-синтетичному, історико-діахронному, емпіричному аналізу тощо.

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, Польща, Словаччина, Угорщина, туристична інфраструктура, туристичний потенціал.

Лит. 24.

Volodymer FURTYI,
 master, Uzhgorod National University, faculty of Tourism and international communications
 (Ukraine, Uzhgorod), vovafurtyi@gmail.com

TOURISM DEVELOPMENT IN POST-COMMUNIST COUNTRIES (POLAND, SLOVAKIA, HUNGARY): EXPERIENCE FOR UKRAINE

The article studies tourism Organization in post-communist countries (Poland, Slovakia, Hungary). The author examined the state of development in tourism, the problems that hinder turn it into a leading industry, grounded recommendations to improve the services of the tourism industry. A study was made possible through the use of scientific methods of knowledge: analysis, synthesis, system, specific, historical and dialectical method. In the preferred scientific heritage historical methods of research: historical and genetic, historical and comparative, historical and synthetic, historical and diachronic, empirical analysis and more.

Keywords: tourism, tourism development, Poland, Slovakia, Hungary, tourist infrastructure, tourist potential.

Ref. 24.

Владимир ФУРТІЙ,
 магістр туризмовець факультета туризму та міжнародних комунікацій
 ГВУЗ «Ужгородський національний університет» (Україна, Ужгород), vovafurtyi@gmail.com

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ПОСТКОМУНИСТИЧЕСКИХ СТРАНАХ (ПОЛЬША, СЛОВАКИЯ, ВЕНГРИЯ): ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ УКРАИНЫ

В статье проведено исследование организации туризма в посткоммунистических странах (Польши, Словакии, Венгрии). Автор рассмотрел состояние развития туризма, проблемы, мешающие превратить ее в ведущую отрасль, обосновал рекомендации по улучшению услуг туристической отрасли в Украине. Раскрытие темы стало возможным благодаря использованию общенаучных методов познания: анализа, синтеза, системности, обобщения, конкретности, историзма и диалектического метода. В научной работе также отдано предпочтение историческим методам исследования: историко-генетическом, историко-сравнительном, историко-синтетическом, историко-диахронной, эмпирическом анализа и тому подобное.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, Польша, Словакия, Венгрия, туристическая инфраструктура, туристический потенциал.

Лит. 24.

Постановка проблеми. Широкомасштабні відносини України з країнами Центральної Європи є важливими для розуміння процесів організації різних галузей господарства, у тому числі і ту-

ризму. Наша держава використовує досвід країн-сусідів – Польщі, Словаччини, Угорщини, – тому розгляд історичних аспектів розвитку індустрії туризму цих країн дає змогу визначити спільні та відмінні риси становлення туристичної галузі. Польща, Словаччина, Угорщина – держави, які успішно здійснили перехід від командно-адміністративної до регульованої ринкової економіки і стали членами Європейського Союзу.

Аналіз досліджень. Дослідженням різних аспектів розвитку туризму в Польщі, Словаччині, Угорщині присвячені праці О. Біланюк [1], Л. Поліщук [9], Ю. Михальчук [6], С. Ожеми [8], О. Соловйової [14]. У своїх роботах вони розглядають сучасний стан розвитку туризму в цих країнах, у тому числі деякі історичні передумови розвитку туристичної індустрії. Однак історія розвитку туризму у Польщі, Словаччині, Угорщині фактично не розглянута у вітчизняній науці. Саме тому **метою статті** є необхідність глибокого дослідження розвитку туризму у посткомуністичних країнах (Польща, Словаччина, Угорщина), оскільки ретроспективний аналіз і порівняння дають змогу виявити спільні риси розвитку туризму з Україною.

Виклад основного матеріалу.

І. Республіка Польща. Останнім часом туризм в Польщі розвивається досить швидкими темпами, і ця галузь стала важливою складовою польської економіки. Взагалі, сьогодні Польща займає сьоме місце у світі за кількістю іноземних туристів, що приїжджають у країну. Туристична Польща не має якогось одного визначеного бренду, як, наприклад, сонячні пляжні країни. Її сила – у розмаїтті.

У 1989 р. розпочався сучасний етап розвитку туристичної індустрії в Польщі. Після руйнування старої системи пришвидшились темпи її розвитку. У 1990 р. було засновано Польську туристичну палату (Polska Izba Turystyczna – PIT), що представляє інтереси своїх членів, які працюють у галузі туризму. Великий вплив на процес розвитку туристичної індустрії, мало скасування віз для громадян Польщі [15].

У Польщі застосовується типова європейська модель управління туризмом. Стосовно законодавства та стратегічних документів у галузі туризму – є основний закон «Про туристичні послуги» від 29 серпня 1997 р. Цей закон у повній мірі відповідає нормам європейського права [9].

За допомогою експертів ЄС у 1997 р. було розпочато перший етап реалізації Програми розвитку національного турпродукту у 5 напрямках: бізнес-туризм, міський культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм, прикордонно-транзитний туризм. У цей же період було розпочато реформу системи управління туристичною індустрією. У 1999 р. було створено Польську туристичну організацію [15].

З 2000 р. розпочала свою діяльність Польська туристична організація (Polska Organizacja Turystyczna, POT). Ця державна інституція займається просуванням і розвитком польського туризму, насамперед за кордоном. Її мета – показати Польщу як привабливу туристичну країну, сучасну, з високим рівнем послуг і прийнятними цінами [20].

Для цього використовуються різні засоби. По-перше, мережа спеціалізованих інституцій. Передусім це вже згадана національна туристична організація, яка видає і розповсюджує інформаційні матеріали. По-друге, діє система туристичної інформації: регіональні центри у воеводствах, локальні центри, цілорічні пункти «it» (туристичної інформації) й ті, що діють протягом туристичного сезону [10].

POT успішно реалізує власні цілі за кордоном через функціонування 14 іноземних представництв (у тому числі в Києві), які називаються Польськими осередками туристичної інформації. Вони залучені до організації різних заходів у сфері туризму, здійснюють моніторинг ринків певних країн відповідно до власного розташування, проведення рекламних кампаній та заохочення потенційних партнерів до співпраці. POT підтримує тісні контакти з 20 іншими національними туристичними організаціями. Активно співпрацює з органами самоврядування, науковими та навчальними закладами, представниками туристичної індустрії, а також регіональними та локальними туристичними організаціями [21].

Визначальною подією для подальшого розвитку Польщі та її туристичної галузі став вступ до ЄС. Він зробив Польщу доступнішою для іноземних туристів, усунувши митні та прикордонні бар'єри. Крім того, пожвавив співпрацю між відповідними структурами ЄС та Республіки Польща, що безперечно сприяє пришвидшенню процесів розвитку туристичної інфраструктури

та індустрії загалом. Так, згідно з офіційною інформацією Польської агенції розвитку туризму (ПАРТ), у 2006 – 2013 рр. ЄС виділив 30 млн. євро на розвиток туризму у Польщі, а також 165 млн. євро інвестицій в туристичну галузь [15].

З липня 2006 р. до січня 2007 р. було реалізовано проект «Туризм без кордонів – промоція туристичних центрів Єврорегіону Буг». Метою проекту стало зміцнення туристичного сектору міст Любліна, Луцька, Бреста через модернізацію системи обслуговування та промоції транскордонного туризму. У липні-грудні 2009 року за підтримки Міністерства закордонних справ Республіки Польща втілено у життя проект «Стратегія туристичного розвитку міста Луцька в умовах транскордонних євроінтеграційних процесів». За результатом проекту розроблено Стратегію туристичного розвитку міста Луцька. У липні 2011 року відбулось підписання тристоронньої українсько-польсько-білоруської декларації про реалізацію проекту зі створення міждержавних інформаційних центрів екологічного туризму, які діятимуть у Луцьку, Любліні та Бресті (Єврорегіон Буг) [1, 3].

28 січня 2010 р. Польща і Україна підписали спільний меморандум про співпрацю у сфері туризму. Підписання меморандуму сприяло зміцненню позитивних тенденцій у польсько-українських відносинах, зокрема, у межах підготовки до проведення чемпіонату Європи з футболу Євро-2012, а також популяризації природного та історико-культурного потенціалу двох країн [20].

Успішнішим для польського міжнародного туризму став 2013 рік. Завдяки іміджевому ефекту від проведення Євро-2012, у 2013 р. було досягнуто кращого показника приїзду туристів ніж у 2012 р. За інформацією MSIT, у порівнянні з 2012 роком, кількість іноземних туристів у Польщі зросла на 7 % і склала загалом близько 15,8 млн осіб. При цьому прибутки від туризму у 2013 році зросли на 11,5% і склали близько 39,8 млрд злотих (понад 13 млрд дол.) [2, 11].

Проект «Туризм для всіх» втілюється через створення в інтернеті бази даних про доступність туристичної інфраструктури для туристів з особливими потребами. Дані були зібрані через анкетувальників безпосередньо на об'єктах. У рамках проекту було інвентаризовано об'єкти, звірено і перетворено дані, а також розміщено їх у загальнопольській базі даних. Завдяки цій роботі підтверджено, що на території Польщі існує понад 5017 об'єктів, доступних для осіб з різними фізичними вадами [20]. Польським туристичним щорічником Tourism in Poland 2015 р. була надана інформація щодо кількості прибутих туристів до Польщі у 2011 – 2015 рр.: 2011 р. – 13.4 млн., 2012р. – 14.8 млн., 2013р. – 15.8 млн., 2014 р. – 16.0 млн., 2015 р. – 16.7 млн. Мета туристичних поїздок до Польщі у 2015 році: туризм і відпочинок – 57.1%, відвідування друзів і родичів – 30.6%, бізнес-подорож – 7.5%, релігійна поїздка – 1.5%, інше 3.2% [24].

«Хороше, тому що польське» – так поляки люблять рекламувати вироблені у країні товари. Це стосується і туристичних послуг, адже в Польщі розуміють, що у цьому виді бізнесу потрібно зробити так, щоб турист знову захотів відвідати цю чудову країну.

Причини зростання туризму у країні зрозумілі. Польща дуже різноманітна країна. Тут кожен може знайти заняття і провести свій час за своїм смаком. Велика кількість польських туристичних компаній готові зустріти туристів і запропонувати гостям Польщі найрізноманітніші тури: гірськолижні курорти у Карпатах взимку і відпочинок на пляжах Балтики влітку, екскурсії фортецями і замками Польщі та старовинними польськими містами, екологічний туризм і багато іншого. Потрібно відзначити, що відпочивати у Польщі значно дешевше, ніж в інших країнах Європейського Союзу.

II. Словацька Республіка. Туристичний рух є однією з найперспективніших галузей Словаччини, що найшвидше розвивається. Розташування Словаччини у серці Європи на перехресті старих торгових шляхів, культурне та історичне багатство і сприятливі кліматичні умови створюють потенціал для розвитку туристичного руху у цій країні. Чехословаччина була найбільшою туристичною країною Східної Європи з найвищим показником в'їзного туризму серед всіх країн соціалістичного блоку Східної Європи.

У 1989 р. (на момент «Оксамитової революції») у Чехословаччині діяли 988 житлових приміщень (389 готелів, 17 мотелів, 200 гуртожитків, 82 кемпінги, 130 котеджних таборів та інших) із 145 822 місцями у Словаччині. Велика кількість рекреаційних об'єктів була доручена громадським організаціям, заводам і підприємствам, які почали розвивати організовані туристичні поїздки [19].

Після падіння комуністичного режиму у 1989 році та поділу Чехословаччини 1 січня 1993 року на дві суверенні держави: західна половина (масив Богемія) стала Чеською Республікою, а східна половина (піднесена зона разом з горами Татрами) – Словацькою Республікою. З 1993 р. в інфраструктуру туризму країн колишньої Чехословаччини прямували великі іноземні інвестиції, більша частина з яких припадала на Чеську Республіку, туризм у Словаччині почав адаптуватися до умов ринкової економіки. Державні об'єкти були поступово приватизовані і розпочалося будівництво нових готелів, у тому числі, за допомогою іноземного капіталу [4; 6].

Після «оксамитової» революції 1989 р. кількість туристів, що відвідали Словаччину, досягла 32,7 млн. чоловік, що на 250 % більше, ніж у 1993 р. Падіння кількості іноземних туристів було викликане політичними змінами в країні. Багато туристів, переважно із західноєвропейських держав, хотіли відвідати колишню соціалістичну країну, але рівень якості турпослуг Словаччини не відповідав їхнім потребам. Це стало причиною зменшення кількості іноземних відвідувачів. І хоча протягом останнього десятиліття спостерігалось поступове збільшення кількості закордонних туристів, але досі показник 1989 р. так і не було досягнуто [5].

Вплив туризму на економіку держави знаходить своє відображення насамперед у показниках доходів від туризму. З 1994 р. цей показник зменшувався в середньому на 7 % на рік. Серед інших країн Центрально-Східної Європи Словаччина мала найменші доходи від туризму й була єдиною країною з негативною динамікою туристських доходів. Цей спад був викликаний переважно тим фактом, що Словаччина – єдина держава у Центральній Європі, яка не мала чітко виробленої централізованої туристської політики. У кінці 1990-х рр. витрати держави на рекламно-інформаційне забезпечення туризму були набагато менші, ніж у інших країнах Центральної Європи (Словаччина – 0,86 млн. дол. США, Угорщина – 13,4 млн., Польща – 14,4 млн., Чехія – 3,5 млн. дол. США) [6].

Ситуація змінилася в кращу сторону після 1 травня 2004 р. коли Словаччина стала членом ЄС. Національне агентство з туризму отримало дотації з фондів ЄС для проведення маркетингових заходів і в 2007 р. було введено в експлуатацію новий Інтернет-портал – <http://www.slovakia.travel>. Другим позитивним моментом стало координоване просування турпродукту у рамках співпраці центральноєвропейських країн Вишеградської четвірки на світовий ринок за допомогою спільної ініціативи національних туристичних інститутів Словаччини, Польщі, Чехії та Угорщини. Ця ініціатива була названа Програма «European Quartet – One Melody» [5].

Словаччина надає дуже вигідні умови для закордонних інвесторів. За даними консульського відділу Посольства Словацької Республіки в Україні, на зимовий сезон 2009 – 2010 рр. було акредитовано 126 українських туристичних агентств. Активізація тісної співпраці з сусідньою державою відбулася у напрямку лібералізації процедур туристичних обмінів. Україна, у свою чергу запропонувала словакам відпочинок на морі, зимовий відпочинок у Карпатському регіоні, оздоровчий туризм [8].

Незважаючи на незначні розміри території, країна відзначається великим розмаїттям природних умов – тут чергуються найвищі у Центрально-Східній Європі гірські масиви Карпат, перлиною яких вважаються Татри, а також рівнини, серед яких найбільшою за площею є частина Середньодунайської низовини. За площею лісів країна посідає одне з перших місць у Європі. Чистота навколишнього середовища й різноманіття природи – ось ті чинники, які сприяють розвитку екотуризму. У 2013 р. Словаччину відвідало 1340 тис. іноземних туристів, що на 107,9 % більше, ніж у 2012 р. Окрім того, також було надано туристичні послуги 1832 тис. вітчизняним туристам. Частка туризму у виробництві ВВП країни у 2012 р. становила 2,5 %, а у 2013 р. вона зросла до 2,7 %. Чисте сальдо доходів від міжнародного туризму у 2013 р. становило 125,5 млн євро, що на 126,1 % більше, ніж у 2012 р. Ці статистичні дані свідчать про зростання значення туризму в економіці країни загалом, у структурі якого вагоме значення має екологічний туризм [17].

У 2014 р. Словаччина розробила довгостроковий план розвитку велоінфраструктури та велотуризму. Прагнучи наслідувати приклад Нідерландів, Данії та Німеччини з їх вражаючою кількістю велосипедистів на вулицях міста, СР розробила стратегію впровадження конкретних заходів, які популяризуватимуть велосипед і як транспортний засіб, і як спосіб відпочинку [16].

Отже, історичний аналіз особливостей розвитку туризму у Словаччині показав, що галузь почала розвиватися завдяки наявності у країні значних бальнеологічних і рекреаційних ресурсів. Виїзний туризм у СР майже у 10 разів вищий від в'їзного туризму. Продуктивність словацького туризму порівняно з сусідніми країнами значно нижча. Зокрема, в'їзний туризм у більшості країн значно вище джерело валютних надходжень, ніж у Словаччині. Словацька Республіка на відміну від сусідніх країн має особливо відмінні природні і культурно-історичні умови для розвитку туризму та притоку іноземних туристів. Але через більш низький рівень обслуговування туризм не у змозі реалізувати свій потенціал. Для того, щоб досягти більш високих темпів зростання Словаччина повинна прийняти і реалізувати комплекс довгострокових і короткострокових цілей. У той же час визначити ключові ринки, адаптувати турпродукт, стабілізувати ці ринки і отримати нові ринки для тур продуктів, які вже існують.

III. Угорщина. Угорщина отримує від туризму доходи у кілька мільярдів доларів щорічно. Урядова політика Угорщини спрямована на реалізацію потенційних можливостей країни у цій сфері. 80 % угорської території містить лікувально-термальні води, через що вона отримала звання «гарячого ключа» Європи (входить до п'ятірки найбагатших термальними водами європейських країн). Угорщина щорічно приймає приблизно 39 млн. іноземних туристів. У результаті, частка туризму у ВВП країни досягає 10 %, він займає третє місце за обсягом надходжень до бюджету після промисловості та сільського господарства.

У 1989 р. угорський уряд визнав розвиток туристичної галузі стратегічним питанням і на рівні урядових ініціатив у т.зв. «Плані Сечені» було зафіксовано можливості розвитку туристичного сектора національної економіки. На реалізацію «Плану Сечені», який передбачає підвищення ефективності іноземного туризму за рахунок покращання туристичного обслуговування, стабілізацію галузі за рахунок внутрішнього туризму та залучення туристів, кошти виділяються з державного бюджету, а також підприємцями. Особливий акцент роблять на розвиток бальнеологічного, курортного та конференц-туризму. З метою залучення у країну туристів Угорщина проводить закордоном активну інформаційно-рекламну діяльність у сфері туризму [7].

За даними Угорського національного туристичного офісу, розквіт угорського туризму припав на 90-ті рр. ХХ ст. Перш за все, велика увага приділялася якості рекреаційних послуг, їх різноманітності. Розпочалося будівництво великої кількості нових готелів. Уряд країни усвідомив важливість рекреації для економіки країни і тому збільшили кількість інвестицій у цю галузь, у тому числі іноземних. Багато готелів увійшли до міжнародних готельних мереж [22].

Угорський національний туристичний офіс став угорською туристичною службою; потім у 1996 р. перетворився на секретаріат з туризму при міністерстві промисловості та торгівлі. З липня 2003 р. керівництво цією галуззю перейшло до державного секретаріату з туризму при міністерстві економіки та транспорту; міністр економіки заснував дорадчу організацію, яка називалася Національною радою з туризму. Важливі питання галузі обговорювалися на відкритих засіданнях Ради з туризму у парламенті. Виконавчі комітети з туризму були замінені регіональними туристичними радами, регіональними маркетинговими директоріями та проектними бюро, а кількість рекреаційно-довідкових офісів збільшилась до ста. Значно збільшилась кількість закордонних туристичних представництв Угорщини [23].

Регулювання туризму в Угорщині здійснюється переважно її головною організацією – «Угорщина-туризм». За формою ця організація є акціонерним товариством і перебуває в структурі Міністерства економіки Угорщини. Діяльність угорської організації зосереджена виключно на просуванні на внутрішньому та зарубіжних ринках національного турпродукту. Угорські туристичні представництва відкриті у 23 країнах світу. Найбільша інтенсивна робота ведеться в Австрії і Німеччині, оскільки ці країни є пріоритетними ринками для угорського турбізнесу [7].

У 1992 р. в Угорщині була створена професійна асоціація Hungarian Baths Association, яка з 1998 р. є постійним членом Європейської SPA Асоціації (ESPA). Зараз асоціація об'єднує 186 членів. Оздоровчий внутрішній туризм є пріоритетним напрямком розвитку країни, на нього припадає значна частина надходжень від туризму в Угорщині. Внутрішній туризм демонстрував динаміку зростання у 2005 р. Згідно з даними Угорського Центрального Статистичного офісу кількість відвідувачів збільшилась на 5,3%, на 3,5% збільшилась кількість ліжко-ночей. У wellness-готелях

кількість ліжко-ночей подвоїлася і SPA-готелі також піднялися за цими показниками (+ 13,1%) [13].

Завдяки цілеспрямованій політиці держави в сфері туристичного бізнесу кількість туристичних організацій в Угорщині, що мають ліцензії на туристичну діяльність, збільшується з року в рік, незважаючи на кризові явища в економіці. Так, якщо в 2005 р. було зареєстровано 1129 таких компаній і фірм, то в 2006 р. – 1187, у 2007 р. – 1184, у 2008 р. – 1190, а в 2009 р. – 1212 [14].

Саме за рахунок туризму в Угорщині живе весь малий бізнес, а це більше 90 % всіх підприємств, що працюють у країні. Але в основному чисельність кожного підприємства не перевищує п'яти-семи осіб.

За опитуваннями компанії «Угорщина-Туризм», у 2010 р. 52 % угорців відпочивали на території країни, у першу чергу на озері Балатон. Більшість поїздок всередині країни було зроблено для родичів і знайомих – 39,9 %. З цієї кількості 73,8 % угорців проживали безкоштовно у родичів або знайомих. Далі за популярністю йде проживання у готелях та апартаментах. 18,3 % опитаних відпочивали на березі водойм, 23,5 % респондентів подорожували протягом декількох днів за кордоном, з них 13,2 % – у Австрії, 12,2 % – у Хорватії, 11,4 % – у Румунії, 8,5 % – в Італії. За межами Європейського континенту проводили відпустку 10,2 % опитаних угорських громадян, причому всі ці поїздки здійснювалися у літні місяці. З усіх опитаних 68 % брали участь в одноденній поїздки. Серед цих поїздок за кордон перше місце займає Австрія, на другому – Словаччина [12].

У 2012 році число міжнародних туристських прибуттів до Угорщини склало 14,9 млн. (+ 9,2% у порівнянні з 2011 роком), в той час як витрати відвідувачів досягли 2 796 мільйонів євро (– 7,9% Порівняно з 2011) [18].

Сприятливе географічне розташування Угорщини у центрі Європи сприяє залученню туристів із сусідніх країн як в літній, так і в зимовий періоди. З метою активізації розвитку туризму в Угорщині проводяться дві міжнародні туристичні виставки. Перша – весняна – «Подорожі», яка в основному розрахована на рекламу літнього відпочинку в Угорщині та інших країнах. Друга – осіння – «Зимовий туризм, пригоди і розваги. Спортивний інвентар та одяг для зимових видів спорту», яка розрахована на зимовий відпочинок.

Рекреаційна галузь Угорщини має великий вплив на економіку країни. Внесок до ВВП країни від цієї галузі найбільший серед країн Європейського Союзу. З аналізу досвіду щодо організації рекреаційної галузі можна зробити висновок, що для цієї країни характерна третя модель державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки. Ця модель ще називається «європейською» моделлю участі держави в розвитку індустрії рекреації та туризму. Вона є найбільш прийнятною і для нашої держави.

Висновки. Отже, взявши до уваги досвід Польщі, Словаччини, Угорщини, можна зробити висновок, що Україні потрібно вдосконалювати системи організації державного регулювання туристичної сфери на всіх рівнях управління в частині налагодження координування співробітництва між державою, туристичними організаціями та приватним сектором. Завдання створення позитивного образу країни є, насамперед, державним завданням. Польща сформувала мережу регіональних відділень, а також представництв за кордоном, розміщених у країнах, які є найбільш перспективними з погляду генерування в'їзних туристичних потоків. Щодо Словаччини та Угорщини, то саме створення відповідної мережі представництв стало розв'язанням проблеми диспропорційності розвитку в'їзного та виїзного туризму та низької конкурентоспроможності туристичного продукту. Використовуючи практичний досвід цих країн, доцільно розробити «Стратегію просування національного туристичного продукту за кордоном» з обов'язковою розробкою принципів створення і діяльності туристичних представництв за кордоном.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Біланюк О. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в Українсько – Польському транскордонному регіоні / О. Біланюк // Вісник львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 43. – Ч. 2. – С. 14–19 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/vsn/43\(2\)/PDF](http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/vsn/43(2)/PDF)
2. Вдалиий сезон 2013 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.polradio.pl/5/117/Artykul/159930>

3. Вус-Столярчук О. Роль транскордонного співробітництва між Україною та Польщею у туристичній галузі / О. Вус-Столярчук // Міжнародні відносини і туризм : сучасність та ретроспектива. – 2013. – Випуск 3. – С. 211–215 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eprints.oa.edu.ua/2354/1/Vus-Stoliarchuk_NZ_stud_Vyp-3_turyzm.pdf
4. Корсак Р. В. Розвиток туризму у Чехії : досвід організації для України (кін. XX ст. – поч. XXI ст.) / Р. В. Корсак, В. В. Фуртій // Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць / [гол. ред. В. М. Вашкевич]. – К. : «Видавництво «Гілея», 2016. – Вип. 107 (4). – С. 128–131.
5. Кучерова Я. Развитие туризма и туристская политика Словакии / Я. Кучерова // МОО «Развитие»: Журнал международного права и международных отношений. – 2007. – № 3 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elib.bsu.by/handle/123456789/21785>
6. Михальчук Ю. І. Історія розвитку туризму у Словаччині / Ю. І. Михальчук // Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : sworld.com.ua/konfer41/125.pdf
7. Напрями регулювання структурних диспропорцій у туристичній сфері країн Центрально-Східної та Південної Європи : досвід для України в контексті розширеної зони вільної торгівлі : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/monitor/august08/13.htm>
8. Ожема С. В. Досвід розвитку туризму у Словацькій Республіці / С. В. Ожема // Волинський інститут економіки та менеджменту, м. Луцьк : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wp.viem.edu.ua/konf10/art.php?id=0209>
9. Поліщук Л. С. Управління розвитком туризму: досвід Польщі / Л. С. Поліщук // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 23. – С. 181–187 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_23_30
10. Польша стає ближчою : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intour.com.ua/n-23/p-20/atc-638/>
11. Польшу в 2013 році відвідало 2,1 млн українців: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrinform.ua/rubric-abroad/1603957-polshchu_v_2013_rotsi_vidvidalo_ponad_2 mln_turistiv_z_ukraiiini_1898988.html
12. Рынoк туристических услуг Венгрии : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rustrade.hu/11_Dokumenti_TP/11_02_drugie_dokumenti/11_02_01_turism.html
13. Современные аспекты развития SPA-туризма : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourfaq.net/travel-business/sovremennye-aspekty-razvitiya-spa-turizma/>
14. Соловійова О. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (Європейський досвід) / О. Соловійова // Класичний приватний університет м. Запоріжжя: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010.../10sovtrp.pdf
15. Туризм у Польщі : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.geograf.com.ua/poland/696-poland-tourism>
16. Уряд Словаччини розробив національну стратегію розвитку велотранспорту та туризму : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://velotransport.info/?p=35481>
17. Bujna Marián. Aktuálny vývoj cestovného ruchu na Slovensku v rokoch 2013 – 2014 / Marián Bujna : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agroturizmuslovakia.sk>
18. OECD Tourism Trends and Policies 2014 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5675/.../1/.../native
19. Official Slovak National Tourism Portal : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.slovakia.travel>
20. Polska.travel : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.polscha.travel/uk>
21. Polska Organizacja Turystyczna : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pot.gov.pl/o-polskiej-organizacji-turystycznej/l/polska-organizacja-turystyczna>
22. The campaigns of the Hungarian National Tourist Office : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.htbudapesthungary.hu
23. Tourism in Hungary : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.hungary.com
24. Tourism in Poland 2015 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://en.msport.gov.pl/news>

REFERENCES

1. Bilanyuk A. The current state and prospects of development of tourism in the Ukrainian – Polish cross-border region Bulletin of Lviv University. Geographic series. 2013. Issue 43. Part 2. – С. 14–19 : [Electronic resource]. – Access : [http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/vism/43\(2\)/PDF](http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/vism/43(2)/PDF)
2. Successful season 2013: [electronic resource]. – Access : <http://www.polradio.pl/5/117/Artykul/159930>

3. Stolyarchuk A. The role of cross-border cooperation between Ukraine and Poland in the tourism industry. National University «Ostroh Academy». – 2013. Issue 3 – P. 211–215. : [Electronic resource]. – Access : http://eprints.oa.edu.ua/2354/1/Vus-Stoliarchuk_NZ_stud_Vyp-3_turyzm.pdf
4. Korsak R. V. Tourism Development in the Czech Republic : experience for Ukraine (XX century. Beginning. XXI century) // Gilea : Research Journal. Collected Works / Gl. Ed. VM Vashkevych. – K., «Publisher «Gilea», 2016 – Vol. 107 (4). – С. 128–131.
5. Kucherova J. Development of tourism and politics turystskaya Slovakia // MOO «Development», Journal of International Law and International Relations. – 2007. – № 3 : [electronic resource]. – Access : <http://elib.bsu.by/handle/123456789/21785>
6. Myhalchuk Y.I.history of tourism inSlovakia // Eastern National University. Ukrainian Lesia [electronic resource]. – Access : sworld.com.ua/konfer41/125.pdf
7. Direction regulationstructural imbalances in the tourism sector of Central, Eastern and Southern Europe : Experience for Ukraine in the contextexpanded free trade area [electronic resource]. – Access : <http://old.niss.gov.ua/monitor/august08/13.htm>
8. Ozhema S. V. experience development of tourism in the Slovak Republic // Volyn Institute of Economics and Management, m. Lutsk : [electronic resource]. – Access : <http://www.wp.viem.edu.ua/konf10/art.php?id=0209>
9. Polischuk L. S. Managing the development of tourism: experience of Poland / LS Polishchuk // Geography and tourism. – 2012. – Vol. 23. – P. 181–187 : [Electronic resource]. – Access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_23_30
10. Poland is closer [electronic resource]. – Access: <http://intour.com.ua/n-23/p-20/atc-638/>
11. Polshu in 2013 visited 2.1 million Ukrainian [electronic resource]. – Access : http://www.ukrinform.ua/rubricabroad/1603957polshchu_v2013_vidvidalo_ponad_2 mln_turistiv
12. Tourist services in Hungary [electronic resource]. – Access : http://www.rustrade.hu/11_Dokumenti_TP/11_02_drugie_dokumenti/11_02_01_turizm.html
13. Modern development aspects SPA-tourism [electronic resource]. – Access : <http://tourfaq.net/travel-business/sovremennye-aspekty-razvitiya-spa-turizma/>
14. Solovyova A. organizing mechanism of public administration development market recreational services (european experience) // Classic Private University. Zaporozhye : [electronic resource]. – Access : www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010.../10sovrrp.pdf
15. Tourism in Poland : [electronic resource]. – Access : <http://www.geograf.com.ua/poland/696-poland-tourism>
16. Slovakia has developed a national strategy for the development of bicycle tourism : [electronic resource]. – Access : <http://velotransport.info/?p=3548>
17. Bujna Marián. Aktuálny vývoj cestovného ruchu na Slovensku roky 2013–2014 / Marián Bujna: [electronic resource]. – Access : <http://www.agroturizmusslovakia.sk>
18. OECD Tourism Trends and Policies 2014 : [electronic resource]. – Access : ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5675/.../1/.../native
19. Official Slovak National Tourism Portal: [electronic resource]. – Access : <http://www.slovakia.travel>
20. Polska. travel : [electronic resource]. – Access : <http://www.polscha.travel/uk>
21. Polska Organizacja Turystyczna: [electronic resource]. – Access : <http://www.pot.gov.pl/o-polskiej-organizacji-turystycznej/l/polska-organizacja-turystyczna>
22. The campaigns of the Hungarian National Tourist Office: [electronic resource]. – Access : www.htbudapesthungary.hu
23. Tourism in Hungary: [electronic resource]. – Access : www.hungary.com
24. Tourism in Poland 2015 [electronic resource]. – Access : <http://en.msport.gov.pl/news>