

ОСНОВНІ КОНТУРИ ДЕРЖАВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ АВСТРІЇ

Галасюк С.С.,

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет

Для Австрії туризм має першорядне значення. Його внесок у ВВП країни складає 16% від загального обсягу. Туристична галузь нараховує понад 90 тис. підприємств, які забезпечують працевлаштування прямо або опосередковано більше ніж 700 тис. людей [1].

Сфера туризму Австрії підпорядкована Федеральному міністерству сталого розвитку та туризму. За науковими дослідженнями [2; 3; 4; 5] з'ясовано, що створення комбінованого міністерства туризму та інших видів діяльності дає підстави вважати, що в Австрії запроваджено другу модель державного регулювання у галузі туризму.

Міністерство сталого розвитку та туризму Австрії має широке коло завдань. Крім туризму, цей орган центральної виконавчої влади відповідає за сільське та лісове господарство, водні ресурси та довкілля, клімат та поводження з відходами, а також за енергетику, видобуток і регіональну політику країни.

Варто зазначити, що основні риси другої моделі державного регулювання у сфері туризму полягають у такому: визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку економіки і культури країни; необхідність досягнення збалансованості в розвитку туризму і інших галузей матеріальної та невиробничої сфер; чіткий розподіл повноважень між центральним і регіональними органами державного регулювання у сфері туризму; широка реклама країни як найбільш популярного туристичного напрямку на зарубіжних туристичних ринках [5]. Всі ці ознаки притаманні державній політиці, яку проводить Австрія.

На макроекономічному рівні управління в Австрії розробляються необхідні умови для розвитку туризму та індустрії відпочинку: комерційне право, внутрішня безпека, податки і послуги соціального страхування, маркетинг і просування туристичних можливостей. На мезоекономічному рівні кожна з земель Австрії має свою власну стратегію туризму і маркетингову організацію, але співпраця на національному рівні є ключем до безперервного і успішного розвитку туристичної діяльності. На мікроекономічному рівні державного регулювання в Австрії федеральне міністерство активно співпрацює з різноманітними профільними організаціями та професійними асоціаціями.

Основною маркетинговою організацією Австрії є АНТО – «Австрійський національний туристичний офіс» (з 1955 р. – «Австрійська рекламна організація по туризму», з 1989 р. – «Австрійське

представництво з туризму»), головною метою якої є реклама Австрії як країни з безмежними туристичними можливостями, а також забезпечення та підвищення конкурентоспроможності у співпраці з усіма австрійськими туристичними партнерами. Тим самим АНТО суттєво сприяє збільшенню частки ринку Австрії в міжнародному туризмі [6].

Бюджет АНТО складається з членських внесків від Австрійської Республіки (75%) та Федеральної економічної палати Австрії (25%), а також фінансується за рахунок участі австрійської туристичної індустрії (провінційних туристичних рад, регіонів та представників туристичного бізнесу) для маркетингових послуг. Загальний бюджет складає приблизно 50 млн. євро. Рішенням статутних завдань АНТО по всьому світу займаються близько 220 співробітників.

Першочергові завдання АНТО:

- ведення бренду «Відпустка в Австрії»: бренд виділяє Австрію серед інших туристичних країн і додає емоційне забарвлення перебуванню в Австрії;
- робота з найперспективнішими для австрійського туризму міжнародними ринками з використанням інноваційних та сучасних маркетингових засобів;
- державно-приватне партнерство у сфері туризму для процвітання галузі.

Як правило, ці три першочергові завдання фінансуються за рахунок бюджетних коштів АНТО. При цьому наявні пропозиції та сервісні послуги в однаковій мірі надаються всім представникам сфери туризму. При проведенні маркетингових заходів, в яких партнери по туризму можуть брати участь з їх власними, конкретними продуктами, АНТО бере на себе базове фінансування. Воно підкріплюється сервісною участю партнерів.

Щороку АНТО проводить по всьому світу більше 1500 маркетингових заходів. Діапазон діяльності простирається від класичної реклами туристичних можливостей Австрії за допомогою роботи із засобами масової інформації, випуску тематичних проспектів, організацій виставок і торговельних платформ, до співпраці з місцевими туроператорами і турагентами, а також організації навчання для представників туристичного та виставкового бізнесу.

При цьому АНТО концентрується на обробці ринків в трьох географічних регіонах: Західна Європа, Центральна і Східна Європа та Америка. Ці ринки, в яких АНТО здебільшого представлено власними бюро, забезпечують понад 96% усіх ночівель і демонструють найбільший потенціал для розвитку національного туризму [6].

Таким чином, серед особливостей державного регулювання у сфері туризму Австрії можна виділити: розгляд туристичної галузі як інтегрованої частини економіки країни і її розвиток в якості інструменту

для вирішення загальноекономічних проблем федерального масштабу (вирівнювання рівнів економічного розвитку регіонів, розвиток малого і середнього підприємництва, зниження рівня безробіття тощо); підпорядкованість туристичної галузі загальному регіональному та федеральному законодавству, а також загальноєвропейським нормам, високий ступінь їх гармонізації; наявність ефективного інституту фінансових гарантій на випадок банкрутства компанії; широкий спектр послуг, що підлягають податковим знижкам і пільгам, починаючи від загальних, що стосуються в цілому малого і середнього підприємництва, і закінчуючи конкретними заходами для окремих підприємств конкретного регіону; фінансова підтримка державою підприємств туристичної галузі в рамках різних програм і спеціально розроблених планів; підтримка кадрового забезпечення туризму через створення і фінансування різних курсів і програм з підвищення кваліфікації; фінансування діяльності ряду науково-дослідних інститутів, що займаються проблемами туризму.

В умовах сьогодення Австрія є однією з найбезпечніших країн світу. Наявні природні умови, добре розвинуті транспортні шляхи, а також якісна матеріально-технічна база туризму – усе це сприяє постійно високому інтересу туристів до цієї країни. Тому не дивно, що зараз Австрія належить до 15 країн, найбільш відвідуваних іноземними туристами. Високого рейтингу Австрія досягла значною мірою за рахунок високо розвинутої туристичної інфраструктури та вдалої туристичної політики.

Список використаних джерел:

1. Федеральне міністерство сталого розвитку та туризму Австрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bmnt.gv.at>.
2. Галасюк С. С. Основні підходи до державного регулювання у сфері туризму / С. С. Галасюк // Corporate governance: strategies, technology, processes: II International scientific conference (26.10.2018). – Leipzig, Germany: Baltija Publishing. – P. 19-23.
3. Герасименко В. Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. – К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. – 332 с.
4. Омельчак К. О. Державне регулювання туристичної галузі на національному, регіональному та місцевому рівнях / К. О. Омельчак // Держава та регіони. – 2010. – № 1. – С. 80–85.
5. Галасюк С. С. Міжнародний досвід державного управління розвитком туризму / С. С. Галасюк // Стан та перспективи інформаційно-інноваційного розвитку ринку туристичних послуг: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Донецьк-Святогірськ: ДІТБ, 2010. – С. 17-20.
6. Австрійський національний туристичний офіс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://b2b.austria.info/uk/about-us/austrian-national-tourist-office>.