

Міністерство освіти і науки України
Львівський державний інститут економіки і туризму

Міжнародна
науково-практична конференція

**СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: СТАН ТА ШЛЯХИ СТАНОВЛЕННЯ**

23 березня 2017 року



Львівська
міська
рада

Львів 2017

«Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення» : [Текст] : Зб. матер. міжнар. наук.- практ. конф. (Львів, 23 березня 2017 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський державний інститут економіки і туризму. – Львів : ЛІЕТ, 2017. – 331 с.

У збірнику представлено статті, що стосуються актуальних питань формування стратегії інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації та досліджено туризм, як важлива складова стратегії економічного розвитку країни. Висвітлено глобальні екологічні проблеми людства та шляхи їх вирішення; рекреаційно-туристичний потенціал України, шляхи його збереження та раціонального використання. Обґрунтовано сучасний стан, пріоритети модернізації та подальшого поступу економіки України в період фінансово-економічної нестабільності; проблеми та перспективи удосконалення грошово-кредитної та валютної політики; пріоритети розвитку фінансової системи; перспективи використання сучасних маркетингових технологій на ринку послуг; формування бренду як інструменту маркетингової діяльності; ризики управління фінансово-економічною безпекою підприємств. Здійснено пошук інноваційних підходів до розвитку облікових, аналітичних та контрольних процесів на рівні суб'єктів туристичної індустрії. Розраховано на наукових працівників, викладачів, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів та широкого кола читачів.

ОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ:

**Міністерство освіти і науки України;
Львівський державний інститут економіки і туризму;
Львівська облдержадміністрація;
Львівська міська рада;
Львівська асоціація розвитку туризму;
Університет економіки в Бидгощі, Республіка Польща;
Вища державна технічно-економічна школа імені Броніслава Маркєвіча, Республіка Польща;
Вища школа туризму і екології в Сухій Бескидській, Республіка Польща;
Університет імені Миколаса Ромеріса, Литва;
Іллія державний університет, Грузія;
Батумський державний університет імені Шота Руставелі, Грузія;
Університет Південної Богемії, Чехія.**

Упорядники:

Бочан І.О. – ректор Львівського державного інституту економіки і туризму, д.е.н., професор, голова оргкомітету;
Паньків Н.Є. – проректор з науково-педагогічної роботи і туризму Львівського державного інституту економіки і туризму, к.б.н., в.о. доцента;
Атаманчук З.А. – декан бухгалтерсько-економічного факультету, к.е.н., в.о. доцента;
Марцин В.С. – завідувач кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності, д.е.н., професор;
Скаска О.І. – завідувач кафедри обліку і фінансів, д.е.н., професор;
Килин О.В. – завідувач кафедри економіки і маркетингу, к.е.н., доцент;
Мельник Х.Б. – лаборант кафедри економіки і маркетингу.

Рекомендовано до друку

Вченою радою Львівського інституту
економіки і туризму (протокол № 5 від 22.02.2017)

Збірник видано за підтримки Управління туризму Львівської міської ради

©ЛІЕТ, 2017
©Автори статей

Ministry of Education and Science of Ukraine
Lviv State Institute of Economics and Tourism

International
Scientific and Practical Conference

**"THE STRATEGY OF INVESTMENT AND INNOVATION
DEVELOPMENT OF ECONOMY OF UKRAINE IN THE
CONTEXT OF GLOBALIZATION: STATE AND WAYS OF
BECOMING"**

March 23, 2017



Lviv 2017

«The strategy of investment and innovation development of economy of Ukraine in the context of globalization: state and ways of becoming » : [Text] : Conference Proceedings of the International scientific and practical conference (Lviv, March 23, 2017) / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv State Institute of Economics and Tourism. – Lviv : LIET, 2017. – 331 p.

The Conference Proceedings contain the papers relating to current issues of formation of the strategy of investment and innovation development of economy of Ukraine in the context of globalization; tourism is studied as an important part of the strategy of economic development. Global environmental problems of mankind and ways to their solutions; recreational and tourism potential of Ukraine and ways of its conservation and management are highlighted. Present state, the priorities of modernization and further progress of Ukraine's economy during the financial and economic instability; problems and prospects of improving monetary and exchange rate policies; Priorities of the financial system development; prospects of the use of modern marketing techniques in the market; the formation of the brand as a tool for marketing activities; risk management of financial and economic security are substantiated. The search for innovative approaches to the development of accounting, analysis and control processes at the level of the tourism industry is made. The final conference publication is prepared for scientists, lecturers, university graduation students, higher educational establishments' students and a wide range of audience.

ORGANISERS OF THE CONFERENCE:

Ministry of Education and Science of Ukraine
Lviv State Institute of Economics and Tourism
Lviv Regional State Administration;
Lviv city council;
Lviv Association for Tourism Development;
University of Economy in Bydgoszcz, Poland;
Bronislaw Markiewicz Higher State Technical and Economic School, Poland;
Higher School of Tourism and Ecology in Sukha Beskydska, Poland;
Mikolos Romeris University, Lithuania;
Ilia State University, Georgia;
Shota Rustaveli Batumi State University, Georgia;
University of South Bohemia, Czech Republic.

Compilers:

I. Bochan – Rector of Lviv Institute of Economics and Tourism, Doctor of Economic Sciences. Professor, Head of the Committee;
N. Pankiv – Vice-rector for Research and Tourism in Lviv Institute of Economics and Tourism, PhD (Candidate of Biological Sciences);
Z. Atamanchuk – Dean of the Faculty of Accounting and Economics; PhD (Candidate of Economic Sciences), Acting Associate Professor
V. Martsyn – Head of the International Economics and Investment Activity Department, Doctor of Economic Sciences, Professor;
O. Skasko – Head of Accounting and Finances Department, Doctor of Economic Sciences, Professor;
O. Kylyn – Head of Economics and Marketing Department, PhD (Candidate of Economic Sciences), Assoc.;
Kh. Melnyk – Office manager at the Economics and Marketing Department.

Recommended for publication by Academic Council of the Lviv State Institute of Economics and Tourism (**Protocol № 5 dated 22.02.2017**)

Collection was published with the support of Department of Tourism of the Lviv City Council

© LIET, 2017
©Authors of the papers

ЗМІСТ

Бочан І.О. Вступне слово.....	11
Karčiauskas Agnius. Factors of Foresight Methods Selection in Innovation Development.....	13
Гончарова Л. Н., Лытнева Н. А. Участие Белгородской области в интеграционном процессе большого причерноморья и ассоциации европейских приграничных регионов.....	21
Атаманчук З.А. Якісні орієнтири грошово-кредитного регулювання.....	28
Баглай О.І., Тучапєць А.А. Виникнення та подолання міжкультурних конфліктів у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму.....	35
Бігус М.М. Стратегічне планування інвестиційно-інноваційного розвитку туристичного бізнесу в умовах глобалізації.....	42
Бочан І.О. Інноваційність соціально-економічного розвитку України: переваги і проблемні аспекти.....	46
Вітер О.М., Килин О.В. Тенденції туристичної галузі в Україні.....	52
Галаченко О.О. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів.....	58
Гальків Л.І., Кулиняк І. Я. Сучасний стан розвитку освітнього туризму в Україні.....	62
Гнідіна В.С., Мітюшкіна Х.С. Окремі аспекти розвитку туристичної галузі України.....	68
Гомольська Н.І. Стратегічні галузі національної економіки та механізми їх структурних перетворень.....	79
Дідович І.І., Ковальов Ю.О. Створення міжнародного консорціуму як одна з форм залучення інвестицій.....	87
Дорош Ю.С. Рекреаційний потенціал бальнеологічних курортів Львівщини для розвитку лікувально-оздоровчого туризму.....	92
Кім В.І. Реалізація бюджетної політики в умовах локалізації бюджетних відносин.....	100
Кланчук М.В. Туристичні ресурси Італії, як основа для розвитку туризму.....	104
Козів О.В., Вітер О.М. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельного комплексу.....	112
Кран-Спісак Н.П., Юзевич В.М. Використання методу невідомованих альтернатив для аналізу роботи суб'єктів туристичної діяльності Львівської області.....	120

Кучинська І.В., Рондяк М.І. Сучасні тенденції розвитку міського туризму (на прикладі Львова).....	126
Кушнірук Г. В. Інвестиційна діяльність в Карпатському регіоні в контексті розвитку туризму.....	134
Ларіна Д.Є., Балабанова Н.В. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні.....	141
Магута О. В. Тенденції інноваційної динаміки та розвитку вищої освіти в Україні.....	149
Майор О.В. Формування фінансової політики підприємств сфери обслуговування в період економічної нестабільності.....	159
Макогін З.Я. Сучасні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні.....	167
Марцин В.С. Інвестиції в інтелектуальний капітал – вимога часу.....	174
Мороз В.П., Скаско О.І. Податкові стимули розвитку інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі.....	180
Москвяк Я. Є. Наукові підходи щодо управління підприємствами сфери туризму.....	189
Новикова В.І., Івко О.С. Розвиток спортивного спелеотуризму у Тернопільській області.....	195
Островська Г.В. Екологічний та етнічний туризм як складові регіонального розвитку.....	204
Паньків Н.Є. Рекреаційно-туристичні ресурси природно-заповідного фонду України та їх збереження.....	214
Папка О.С. Перспективи використання онлайн-бухгалтерії на підприємствах.....	225
Пилипенко С.М., Банера Н.П. Туроператор і турагент: особливості організації діяльності і обліку.....	231
Погребняк Л.В., Савіцька Н.В., Мельник Х.Б. Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії.....	242
Прасул Ю. І., Овчаренко Г. Ю. Передумови створення конкурентоспроможного туристичного іміджу України і Харківської області.....	248
Родненко К.В. Рекреаційно-туристичний потенціал історико-археологічного музею-заповідника «Верхній салтів».....	258
Свелеба Н.А. Калькулювання собівартості готельних послуг як елемент моделі управлінського обліку.....	264
Сеник Л. Я. Стан та перспективи розвитку органічної продукції в Україні.....	271
Соломчак Т. Я. Система статистичних показників діяльності підприємств.....	278
Степура Т. М. Енергетична цінність раціону харчування у формуванні якості людського потенціалу України.....	288
Стручок Н.М., Васильчак С.В., Дубина М.П. Засади формування брендингу туристичних DESTINACIЙ.....	297

Тимчишин-Чемерис Ю.В., Гелей Л.О. Формування регіональної політики розвитку банківської системи України.....	299
Черевко Г. В. Людина, економіка і природа у зрівноваженому розвитку сільських територій.....	309
Чорній В.Я. Евристичні методи економічного аналізу. «Мозковий штурм».....	314
Шиманська К. В. Переваги інтенсифікації грошових переказів зовнішніх трудових мігрантів в умовах кризового стану економіки.....	318
Щур О.М. Оцінка ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу.....	322

CONTENTS

Bochan I.O. Introductory words.....	11
Karčiauskas Agnius. Factors of Foresight Methods Selection in Innovation Development.....	13
Goncharova L.N, Letneva N. A. The participation of Belgorod region in the integration processes of the black sea economic cooperation and the association of Europaen border regions.....	21
Atamanchuk Z.A. Qualitative reference point of monetary regulation.....	28
Baglay O.I., Tuchapets A.A. The emergence and overcoming of intercultural conflicts in the process of tourism business future specialists' professional training.....	35
Bigus M.M. Strategic planning of investment and innovation development of tourism in the context of globalization.....	42
Bochan I.O. The innovation of social and economic development of Ukraine: advantages and problematic aspects	46
Viter O. M. , Kylyn O.V. state and development prospects of tourism in Ukraine.....	52
Halachenko O.O. Innovative investment model of development of sanatorium services in the formation of strategies and sustainable economic growth under globalization.....	58
Halkiv L. I., Kulyniak I. Ya. The current state of educational tourism development in Ukraine.....	62
Gnidina V.S, Mityushkina C.S. Some aspects of development of tourism Ukraine.....	68
Homolska N.I. Strategic industries of national economy and mechanisms of their structural reforms.....	79
Didovych I.I., Kovalev Y.O. Establishing an international consortium as a form attracting investments.....	87
Dorosh Yu. S. Recreational potential of balneological resorts of Lviv region for development wellness tourism.....	92
Kit V.I. Implementation of budget policy under budget location relations.....	100
Klapchuk M.V. Travel resources of Italy as a basis for tourism development.....	104
Koziv O. V., Viter O. M. As a factor of competitiveness increase the efficiency of hotel enterprises.....	112
Krap-Spisak N.P., Yuzevich V. M. Using the method undominated alternatives for analysis of subjects of tourism Lviv region.....	120
Kuchynska I.V., Rondyak M. I. The current trends of urban tourism development (a case study of Lviv).....	126
Kushniruk H.V. Investment activity in the Carpathian region in context of the development of tourism.....	134

Larina D.E., Balabanova N.V. Problems and perspectives of innovation activity in Ukraine.....	141
Maguta O.V. Trends and innovation dynamics of higher education in Ukraine.....	149
Mayor O.V. Formation of financial policy servicing enterprises in unstable economic conditions.....	159
Makohin Z.Y. Current trends and the prospects of international tourism development in Ukraine.....	167
Marcin V. S. Investments in intellectual capital - time requirement.....	174
Moroz V.P., Skasko O.I. Tax stimulation to development innovation of enterprises of tourism.....	180
Moskviak Y. Y. Scientific approaches to management of tourism enterprises.....	189
Novykova V.I., Ivko O.S. The development of the sports of caving in Ternopil region.....	195
Ostrov's'ka H.V. Environmental and ethnic tourism as components of regional development.....	204
Pankiv N. E. Recreational and tourism resources of natural reserve fund of Ukraine and their conservation.....	214
Papka O.S. Perspectives of online accountancy for enterprises.....	225
Pylypenko S.M., Banera N.P. Tour operator and travel agent: the features of the organisation of activities and accounting.....	231
Pogrebnyak L.V., Savitska N. V., Mel'nyk Kh. B. Ways of increase of competitiveness of hotel enterprises of Ukraine.....	242
Prasul Yu. I., Ovcharenko H. Yu. Prerequisites creating competitive tourism image of Ukraine and Kharkiv region.....	248
Rodnenko K.V. Recreation and tourism potential of historical and archaeological reserve «Verxnij Saltiv».....	258
Sveleba N.A. Costin hotel services as an element model management accounting.....	264
Senyk L.Ya. State and development prospects organic production in Ukraine.....	271
Solomchak T.Ya. System of statistic indicators of activity of enterprises.....	278
Stepura T.M. Energy value of diet in formation of human potential quality in Ukraine.....	288
Struchok N.M., Vasyl'chak S.V., Dubyna M.P. Principles of formation branding tourist destinations.....	297
Tymchyshyn-Chemerys J.V., Heley L.O. The regional policy development's formation of the Ukraine banking system.....	299
Cherevko H.V. Man, economy and nature in sustainable development of rural areas.....	309
Chorniy V.Ya. Heuristic methods of economic analysis. The	314

brainstorming.....	
<i>Shymanska K.V.</i> Advantages of intensification external labour migrants' remittances in a crisis condition of economy.....	318
<i>Shchur O.M.</i> evaluation of efficiency of hotel-restaurant enterprises functionality.....	322

ВСТУПНЕ СЛОВО

Шановні організатори і учасники наукової конференції з дуже актуальної тематики. Як нам відомо, світова економічна криза зумовила розгортання негативних процесів в економіці України, а саме: катастрофічно зменшився реальний ВВП, обсяги промислового виробництва, обсяги експорту, інвестиції в основний капітал.

Масштабні втрати національної економіки на тлі світової економічної кризи обумовлені особливостями структури, в якій домінують сировинні експортоорієнтовані низько технологічні галузі економіки. Нестабільна військово-політична та економічна ситуація в країні, військова агресія на Сході України скоротили реальний ВВП у 2015 р. на 9,9%, а обсяги промислової продукції на 13,4%. Суттєво знизився рівень життя громадян України.

У 2015 р. за показником ВВП на душу населення Україна перебувала на рівні Тунісу і Узбекистану, поступаючись в 1,5–2 рази перед Республікою Білорусь і Казахстаном. Девальвація гривні за 2014–2015 рр. більш як у 3 рази не тільки знизилася ВВП на душу населення до 1,8–2 тис. дол. на рік, але й знецінила виробничі активи підприємств [1].

Україні необхідно терміново приступити до модернізації та структурної перебудови економіки, зорієнтованої на інвестиційно-інноваційний шлях розвитку, що дасть змогу забезпечити доходи населення, збільшить попит на товари вітчизняного товаровиробництва, запровадить структурні зміни в економіці згідно цивілізаційного розвитку.

Нам слід формувати прогресивну структуру національної економіки в таких напрямках:

- прискорення розвитку видів діяльності, що забезпечують відтворення потужного інвестиційно-інноваційного потенціалу, як головного джерела внутрішнього розвитку;
- активізацію соціально орієнтованих видів діяльності, що працюють на внутрішній ринок і формують умови продовольчої та економічної безпеки держави;
- сприяння випуску та експорту продукції з високим рівнем перероблення та доданої вартості;
- зниження питомої ваги галузей з високим рівнем енергомісткості виробництва на користь галузей, що орієнтовані на використання потенціалу енергоефективності.

В Україні за досвідом країн ЄС має відбуватися позитивна тенденція зростання галузей сфери послуг у ВВП, це є важливою ознакою прогресивних структурних трансформацій у національній економіці. Для

прикладу, розвиток сфери послуг у країнах ЄС позитивно впливає на підвищення їх рівня конкурентоспроможності, зокрема:

- Фінляндія – частка сфери послуг у ВВП – 70,6% та високий індекс конкурентоспроможності – 5,5;
- Німеччина – частка сфери послуг у ВВП – 68,9%, а індекс конкурентоспроможності – 5,49;
- Нідерланди – відповідно – 74,8% ВВП і 5,45.

Не випадково дана конференція зініційована нашим інститутом, який готує фахівців з вищою освітою для сфери послуг. Як стверджується гаслом ВТО «Туризм — рушійна сила подолання бідності, створення робочих місць та соціальної гармонії».

Феноменальні можливості туризму як соціально-економічного явища сучасності ще не досліджені і не використані ресурсно. Туризм є каталізатором, що мотивує розвиток більше як 50 секторів економіки. Він є джерелом матеріального і духовного розвитку суспільства. Національна економіка через ефективну частку туристичної індустрії має зайняти вагоме місце у світовій економіці.

Бажаю нам у цьому успіхів!

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/golp/>

FACTORS OF FORESIGHT METHODS SELECTION IN INNOVATION DEVELOPMENT

Foresight is an instrument that can be used to guide national innovation development. Selection of foresight methods is a key element in deciding the nature of foresight exercise. Article presents factors of foresight methods selection in innovation development and how they impact the choice of foresight methods.

Keywords: *foresight, innovation development, foresight methods*

Introduction. As world is changing faster than ever before, planning based on projections of the past into the future loses ground, especially in regards to innovation development. Changes today are so volatile that past does not give enough information about future developments. Therefore, there is an increasing need to make statements about the future. States and corporations have begun to use foresights as instruments to cope with this uncertainty of future. Foresight is quite a new phenomenon: by the end of 20th century it became part of systematic efforts to predict and analyse future(s). Methods of foresight that create visions of future(s) cannot be easily tested. Object of foresight is future and this object does not exist at the moment. If one method was successful in predicting or creating relevant visions of future and as a result improved policy making, it does not necessarily mean that it can be replicated in different environment or time. Over time foresight methods became more sophisticated and complex [1]. Despite big variety of methods, it is possible to identify trends that in some instances some approaches and methods are more valued and preferred. Some could even argue that some of methods are better than others, then why the selection of foresight methods differs across of different countries.

Problem of research – what are factors of foresight selection and how they impact the selection.

Aim of research – to identify factors of foresight selection.

Tasks of research:

1. To analyze connection between foresight and innovation development.
2. To identify external factors influencing selection of foresight methods.
3. To identify internal factors of foresight methods selection.

Method – analytic induction is used to analyze causal relations between factors and methods selection.

Foresight and innovation development

With advancement of modern empirical science, there came ideas about laws of nature – future of natural world can be forecasted and replicated. Those ideas from natural sciences were transferred into social science. As planning

based on past could no longer provide successful plans, the a priori statements about future had to be included in the process of plan creation. The scientists expected to be able to filter out the single future option, which would become reality, or more emphatically, prediction was thought to be possible. It was a backlash when the oil shock in 1973 was regarded as "unpredicted" [2, p. 95]. Modern answer to shortcomings of forecast is foresight.

In general terms, foresight is a systematic, participatory, future intelligence gathering and medium-to-long-term vision-building process aimed at present-day decisions and mobilizing joint action. [3, pp. 3-4]. Usually the use of foresight methodologies occurs at first stage of the strategy development process – the use of foresight methodologies seeks to expand the perception of the range of strategic options available to an organization. [4, p. 2]. The aim of foresight is not only to create the more accurate picture of future(s), but to create network among key agents, provide access to sources of knowledge and develop visionary intelligence of those agents. Typical fields for foresight are prioritization and strategy setting in areas of research, science, technology or innovation development, but field is getting wider.

Innovation development, as well as foresight are strongly connected to the future. Ideas of innovation development were laid by Schumpeter when he wrote about creative destruction [5, p. 126]. Aim of innovation policy is to strengthen this innovative destruction and guide it towards most beneficial direction. Main challenge in directing the innovation development is high degree of future uncertainty and innovator by creating innovation does not have any choice, but to make assumptions about future. Foresight can be used as instrument to identify directions of innovation development where creative destruction is most likely and rewarding. the foresight approach gains popularity in innovation policy as understanding of innovation development and foresight becomes more conceptually bounded. Connection was not established at once; it took several foresight generations until it was set up (table 1).

Table 1. Foresight generations [6]

	Description of foresight generations	Conceptual rationale: understanding of innovation	Type of innovation Policy	Structure/design	Label
	mainly forecasting	The science-push model of innovation	Science policy	Mainly expert group driven. elitist	Science foresight
	Emphasizes matching of technological opportunities with market and nonmarket (environment and social issues).	The demand-pull and couplings model	Technology policy	Increasingly involving socioeconomic actors, more interdisciplinary	Technology Foresight
	Signifies an enhancement, or broadening, of foresight's market perspective by inclusion of a broader social dimension that involves concerns and inputs from a broad range of social actors.	The demand-pull and couplings model. The integrated model of innovation	Technology policy Innovation policy	Increasing diversity in terms of actors, levels, goals and designs	Foresight

	Foresight becomes distributed and broadened in scope. Intensifies characteristics of 3 rd generation.	The demand-pull and couplings model. The integrated model of innovation. The systems model	Innovation policy	Increasing diversity in terms of actors, levels, goals and designs	Foresight
	Foresight becomes concerned with science and technology systems perspective and (or because of) increasing orientation towards solving societal challenges (grand challenges)	The linear model of innovation. The demand-pull and chain-linked model. The integrated model of innovation. The systems and networking model. Innovation-system approach	Innovation policy	Increasing diversity in terms of actors, levels, goals and designs	Foresight

If the choice of foresight as a main approach in guidance of innovation development has become common both on national and company levels, question of foresight methods selection becomes principal.

Nature of foresight is highly dependent on methods that are chosen for analysis of future. There is a wide range of foresight methods and there are many ways how to group them. Typical classification is to group them into 4 groups: first group – methods that identify issues (environmental scanning, SWOT, surveys), second group – extrapolative methods (trend extrapolation, simulation, modelling), third group – creative methods (brainstorming, experts panels, scenarios), fourth group – prioritization methods (critical technologies, technology road map)[7, p. 82]. The biggest issue for practitioners of foresight methods is not classification, but the selection of proper methods. Before it is possible to identify factors of foresight methods selection, there is a need to determine what kind of place methods take in foresight process. A. Porter gives key points for technology futures analysis and these key points can be easily transferred to the field of foresight as methods play identical role in both activities (technology futures analysis and foresight):

1. Foresight has some standard practices and features despite variety of methods.
2. Most foresights work warrants use of multiple methods, both quantitative and qualitative. These ought to complement each other, striving to compensate possible weaknesses.
3. Expert opinion methods are limited by what people perceive as feasible, colored by their shared beliefs and their limited imagination.
4. Many models assume linear relationships among variables, ignoring multivariate interactions and resulting nonlinearities.
5. The time horizon strongly affects methodological appropriateness – extrapolative approaches are usually suitable only for shorter terms. There are inherent limits to the ability to forecast the behavior of complex adaptive systems.
6. Foresight aspires to generate reproducible results by spelling out “how” outcomes have been arrived at.
7. Assumptions must be made explicit regarding conceptual constructs, data quality and comprehensiveness, and methods being applied. Assumptional analysis may be useful to bring to the surface the beliefs held

by each stakeholder about the assumptions being made by other stakeholders.

8. Scale matters: there is a contrast between agent modeling that focuses on individuals' choices (personal interviews) and systems modeling focusing on secondary data (e.g., compilations by others, demographics, and epidemiology)

9. Foresight methods or combination of methods should take in broader social context in consideration [8, pp. 291-292].

It can be assumed that if all these universal suggestions and descriptions are taken into considerations, it would finally lead to a universal mix of most suitable methods. Statistics show otherwise: variety of foresight methods has increased each year and the tendency probably will stay the same as no foresight method manage to dominate foresight exercises. Foresight studies tend to integrate multiple methods. An average of five methods are used in the foresight exercises. Among the most frequently integrated methods are expert panels, brainstorming, Delphi and scenarios [9]. Looking from these tendencies it is almost impossible to say which methods would become universal.

External factors of foresight methods selection

External factors are contextual elements that shape decisions regarding methods selection. For external cultural impact, Hofstede's approach of five dimensions was chosen. Power distance and uncertainty avoidance can explain why foresight and choice of methods differs in different cultures. Masculinity and Individualism are not so important in this particular case as it deals with a little bit different spheres of reality. Later a fifth dimension: long-term versus short-term orientation was added [10, p. 7].

- **Power Distance** – The extent to which the less powerful members of organizations and institutions accept and expect that power is distributed unequally. In societies with significant power distance, "rulers" are less likely to consult with citizens. Societies with lower power distance might be more favoring interaction based foresight methodologies, such as futures workshops, citizens' panels versus expertise and evidence based foresight methodologies, such as expert panels and literature reviews in high power distance societies.

- **Uncertainty Avoidance** – the uncertainty avoidance dimension has several implications for planning, understanding of time, and tolerance for deviant ideas. In countries with more uncertainty avoidance short- and medium-term planning receive more attention than in countries with less uncertainty avoidance. In countries with a high uncertainty avoidance, time is considered to be something that should be mastered and exploited by planning (or foresight). In countries with strong uncertainty avoidance, deviant opinions on business, scientific, or political issues are associated with personal antipathies. The anonymity of Delphi Surveys allows respondents in uncertainty avoiding societies, as in Japan, to express disagreement without involving personal sym- or antipathies [11, pp. 6-8].

- **Long-term versus short-term orientation.** Despite close relation to

future the fifth dimension only shows general preference towards use of foresight. If this dimension impacts the selection of time horizon, it would give preferences to particular methods that can generate data for longer/shorter future time periods.

The cultural landscape can probably explain why and how some societies choose to do foresight activities. The complexity of such contextual factors makes them problematic to model, requiring a deep understanding of a mix of interdependent issues in a variety of contexts [12, p. 17]. Scientific problem with inclusion of this factor in considerations of foresight methods selection is that almost everything can be explained by such broad conceptions. As it is embedded so deep in human consciousness, almost every action can be claimed to be result of that. Moreover, if it is embedded so deep in consciousness, the preferences in foresight selection cannot be easily changed before broader changes in culture have not happened.

Some foresight literature suggests that geographical regions are a useful form of contextual categorization. The Handbook of Technology Foresight has chapters on four of such regions: The Nordic countries, industrializing Asia, Latin America, and Central and Eastern Europe. The chapters in the handbook explicitly consider the variety of approaches and contexts within each region, but apparently, the authors still find the clustering of such regions useful [11, p. 6]. It creates illusion that there are Asian, European and other regional schools of foresight. Such clusterization should be considered very carefully, as it might only be done with simplifying interregional differences. Traditions of foresight vary in Europe greatly – from lack of traditions in many countries of Eastern Europe to especial popularity in Germany and Austria [13].

This leads us to focus mainly upon the prevailing political and institutional traditions in the countries. Typical examples are distinction between established democracies (Northwest Europe, North America), “third wave” democracies (Southern Europe, Eastern Europe, South America), and Asian democracies. Argument here is that history matters and history is embodied in institutions and the manner of diffusion and adoption of foresight as practice will have will be impacted by it [12, p. 18]. Take example of two radically opposite foresight methods – future workshops and Delphi survey. Futures workshops are usually selected in Northwest Europe and North America but are much less prominent in Eastern Europe and Asia and almost completely absent in Southern Europe and South America. Delphi has an almost opposite profile to that of futures workshops: it is commonly used in Southern Europe and South America, closely followed by Eastern Europe and Asia and absence in Northwest Europe and North America. In the more established democracies of Northwest Europe and North America, actors more at ease with openly discussing contested futures in face-to-face forums offered by workshops. By contrast, in newer democracies, or in Japanese society, where there is less tradition of open debate, the more anonymous method of Delphi is preferred.

Methods of doing foresight have to fit institutional structure, but usually

foresight methods are context-free and they can be implemented almost in all institutional environments. The main sources of regional uniformity are path dependency and international organizations. Foresight activities are impacted by path dependency and it can be easily observed in several countries. Despite several changes Japanese foresight exercises are done according the same patterns as previous ones. It enables incremental improvements as the set of methods is the same. International governmental organizations such as European Commission, UNIDO, APEC are active promoters of foresight. By implementing and replicating similar foresight exercises across several countries regions, they can create regional "style" of foresight and preferences for particular methods. Clearly, this sort of policy instrument transfer and learning will have implications for the regional "style" of foresight adopted [12, p. 18].

Internal factors of foresight method selection

Internal factors of foresight methods selection can be described as instrumental elements that foresight organizers have to consider before implementing foresight activities. As selection of foresight methods is most important choice of foresight process, the selected methods have to cover all aspects of foresight process:

1. Availability of information, money, skills, facilities are among the key resources.
2. Urgency – time constraints. Time is one of the most important resources for Foresight.
3. Level of participation desired: Desired breadth and depth of participation by experts and stakeholders is an important determinant for the selection of method.
4. Type of engagement. Stakeholders might be engaged in Foresight in “normative” (stakeholders should be empowered to participate in decision making), “substantive” (content of the exercise may be improved through participation by accessing the knowledge) and “instrumental” (participation increases stakeholders’ acceptance of, and commitment to the Foresight exercise) ways.
5. Combinability of methods with each other, both as feeders and as a complement to the results of other methods.
6. Prior experience. Prior experience undoubtedly helps and accelerates the process, with a considerable element of learning from the previous experience.
7. Proof of concept – learning from other sites of application: Successful applications elsewhere may be inspirational for Foresight practitioners.
8. Objectives of Foresight exercises, which may be both process and product oriented. The former might involve a focus on more "soft" results (interaction), whereas a more product orientation on "hard" results (list of technologies).
9. Quantitative and qualitative data requirements, availability of expertise, and right of use. These may become determining factors

particularly at the absence of data.

¹⁰. Methodological competence is often a key factor. In case of limited experience individual foresight practitioners can be tied to particular tools[9].

The main question that foresight exercise has to answer is how to reduce the level of future uncertainty. Foresight methods deal differently with uncertainty. In case of technological development (which is a component of innovation development), the selection of foresight methods has to consider three basic factors, namely the extent of data availability, the degree of data validity and degree of similarity between proposed technology and existing technologies. In case of a small amount of low or medium validity data and no similarity between proposed technology and existing technologies, a reasonable choice is a method based on information obtained from a panel of experts. Given a moderate to large amount of medium to high validity data and a high degree of similarity between proposed technology and existing technologies, it is proposed to use correlation analysis. When there is medium or large amount of high validity data, trend analysis is the most appropriate method[14, pp. 11-12]. Idea behind this is to use more quantitative methods for information generation in case of abundance of available and valid data and to use more creative methods in lack of data.

Conclusion

It took several foresight generations, but by the end of 20th century foresight became an answer to highly unpredictable nature of innovation development. Innovation challenges the present status quo from standpoint of future. Therefore, future has to be taken in consideration and the use of foresight gives possibility to create plausible visions of innovation development that can help in creation of innovation policy.

Selection of foresight methods in field of innovation development can be explained by two types of factors. One group factors can be described by as external cultural, institutional and traditional influence. It is possible that regions have similar patterns of methods selection. Geographical proximity in case of idea transfer, cultural ties, institutional path dependency and especially international institutions work as uniforming power in patterns of methods selection. Despite some interregional similarities we cannot speak about geographical schools as the use of methods is in flux and context-free.

Second group of factors in methods selection has an instrumental nature. Main issue in foresight is uncertainty of future. Different methods have different approaches towards solving the uncertainty of future. Depending of topics and goals different set of foresight methods is preferable. In case of innovation development which is highly uncertain, the use of creative methods should be stressed, because there are not so much valid available data as past cannot give guaranteed projections in such volatile sphere where information ages very fast.

Bibliograph

- R. Popper, "Foresight Methodology," in The Handbook of Technology
1] Foresight, 2008, pp. 44-88.

- 2] K. Cuhls, "From forecasting to foresight processes—new participative foresight activities in Germany," *Journal of Forecasting*, Vols. 2-3, no. 22, p. 93–111, 2003.
- 3] FOREN, "A Practical Guide to Regional Foresight," 2001.
- 4] M. Conway, "An Overview of Foresight Methodologies," 2005.
- 5] C. Freeman, "Schumpeter's business cycles and techno-economic paradigms," in *Techno-Economic Paradigms: Essays in Honour of Carlota Perez*, W. Drechsler, Kattel and E. S. R. Reinert, Eds., London, Anthem Press, 2009, pp. 125-144.
- 6] A. D. Andersen and P. D. Andersen, "Innovation system foresight," *Technological Forecasting and Social Change*, no. 88, p. 276–286, 2014.
- 7] M. M. e. a. Zolfagharzadeh, "Identification and Ranking Indexes of Evaluation and Selection of Foresight Methods in Cultural Policy Making," *Mediterranean Journal of Social Sciences*, vol. 1, no. 7, pp. 80-88, 2016.
- 8] A. L. e. a. Porter, "Technology futures analysis: Toward integration of the field and new," *Technological Forecasting and Social Change*, no. 71, pp. 287-303, 2004.
- 9] O. Saritas and S. Burmaoglu, "The evolution of the use of Foresight methods a scientometric analysis of global FTA research output," *Scientometrics*, vol. 1, no. 105, p. 497–508, 2015.
- 10] G. Hofstede, "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context," *Online Readings in Psychology and Culture*, vol. 2, no. 1, 2011.
- 11] P. D. Andersen and L. B. Rasmussen, "The impact of national traditions and cultures on national foresight processes," *Futures*, no. 59, p. 5–17, 2014.
- 12] M. Keenan and R. Popper, "Comparing foresight “style” in six world regions," *Foresight*, vol. 6, no. 10, pp. 16 - 38, 2008.
- 13] European Foresight Platform, "Briefs," 2015-2017. [Online]. Available: <http://www.foresight-platform.eu/briefs-resources/>. [Accessed 3 February 2017].
- 14] A. Kaya Firat, S. Madnick and W. Lee Woon, "Technological Forecasting – A Review," 2008. [Online]. Available: <http://web.mit.edu/smadnick/www/wp/2008-15.pdf>. [Accessed 1 october 2016].

Гончарова Лариса Николаевна
Белгородский университет кооперации, экономики и права,
д.э.н., профессор
Лытнева Надежда Александровна
студентка 4 курса Воронежского государственного университета,
специальность «Мировая политика», кафедра международных отношений и
мировой политики

УЧАСТИЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ В ИНТЕГРАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ БОЛЬШОГО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ И АССОЦИАЦИИ ЕВРОПЕЙСКИХ ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ

В статье раскрывается роль Белгородской области в интеграционных процессах Большого Причерноморья и Ассоциации Европейских приграничных регионов. Проанализированы ключевые соглашения между изучаемым регионом и его основными партнерами, а также преимущества региона.

Ключевые слова: интеграционные процессы, приграничный регион.

Интеграционные процессы способствуют укреплению тесных экономических отношений, бесконфликтному взаимодействию стран и регионов. Интеграция способствует прогрессу производительных сил, росту производительности труда и концентрации производства [1].

Российская Федерация подписала соглашение о вступлении в Организацию черноморского экономического сотрудничества 25 июня 1992 года и является участницей до настоящего времени. Основой данного соглашения стало укрепление взаимодействия и согласия между его членами, а также обеспечение мира, стабильности и процветания, дружественных и добрососедских отношений в Черноморском регионе. В рамках развития черноморского сотрудничества было подписано в 2003 году соглашение о создании Единого экономического пространства между Беларусью, Российской Федерацией, Украиной и Казахстаном. Первые российские регионы, которые решили принять участие в создании Еврорегиона, стали Брянская и Белгородская области [2].

Белгородская область развивается стабильно на протяжении долгого времени, что уже огромное достижение. Это единственный в Российской Федерации регион, в котором реализована концепция солидарного общества, когда и власть, и бизнес, и население работают на общее благо [3]. Являясь приграничным регионом РФ, Белгородчина обладает преимуществами над другими регионами в интеграции в мировую экономику.

Любой приграничный регион занимает двойственное положение в экономическом пространстве государства, будучи одновременно и центром связей, и периферией своего государства. Являясь периферией страны, он

становится центром, жизнь которого определяется задаваемыми границей правилами. В некотором смысле можно даже говорить о региональной экономической однородности приграничья в противоположность внутригосударственной экономической гетерогенности. Таким образом, приграничность приобретает все большее значение и выступает в качестве нового территориального социально-экономического фактора развития. Пространство, прилегающее к линии границы, может представлять собой мощнейший экономический, а затем политический и культурный центр страны. Белгородская область является приграничным регионом, соседствующим с Украиной. В соответствии с Концепцией внешней политики Российской Федерации от 2013 г, стратегическая задача государства выстраивать отношения с Украиной как приоритетным партнером, содействовать ее подключению к углубленным интеграционным процессам [4]. Основная экспортная и импортная структура региона нацелена на Украину. Международный транспортный коридор, проходящий через Белгородскую область, имеет огромное значение для экономической, промышленной, технологической, продовольственной безопасности. Международные транспортные коридоры проходят по участкам насыщенных национальных коридоров. Это способствует снижению себестоимости перевозок, увеличению возможности для модернизации, а с другой стороны, накладывает повышенные требования по синхронизации движения.

Белгородская область Российской Федерации и Харьковская область Украины, руководствуясь желанием свободного объединения и сотрудничества народов Европы на принципах традиционных демократических ценностей, рыночной свободы, активизации экономики и углубления кооперации на приграничных территориях стороны создали Еврорегион «Слобожанщина» [5].

В рамках соглашения «Слобожанщина» в Белгороде намечалось создание мультимодальной приграничной транспортно-логистической зоны на территории 1800 га в Белгородском районе в 2 км от российско-украинской границы вблизи таможенного поста международного автомобильного пункта пропуска «Нехотеевка» на границе Харьковской (Украина) и Белгородской (Россия) областей. Мультимодальная приграничная транспортно-логистическая зона будет развиваться как составной элемент опорной национальной транспортной сети, обладающий необходимым потенциалом пропускной способности и обеспечивающий целостную взаимосвязь региональных зон экономического роста.

Транспортно-логистическая зона должна была включать сопутствующую логистическую среду и инфраструктуру: таможенные терминалы, автомобильные и железнодорожные скоростные линии, складские комплексы и контейнерные терминалы, сеть супермаркетов, гостиничный комплекс, приграничный выставочный комплекс, деловой центр, автопаркинг и другие объекты. Инфраструктура аэропорта привязана к транспортным магистралям: железнодорожной «Киев-Харьков-Белгород-

Москва»; автостраде «Харьков-Белгород-Москва» (федеральная автодорога М-2 «Крым»). Планируется строительство международной автострады «Север-Юг», его преимущества это сокращение в два и более раза расстояния перевозок, а также снижение стоимости перевозки контейнеров по сравнению со стоимостью транспортировки по морскому пути. Кроме того, до ближайших портов Азовского и Черного морей расстояние составляет от 500 до 650 км, что делает возможным согласование морских перевозок. На базе намечаемого к строительству аэропорта планировалось создание постоянно действующей выставки-продажи аэропортовой, авиационной и другой техники, технологий и сервиса со всего мира с наличием представительств и сервисно-обучающих служб. Трасса «Центр-Юг» - чартерная авиакомпания, которая базировалась в Белгороде. Основным видом деятельности были чартерные и *vip*-перевозки пассажиров из России и стран СНГ. Данная компания прекратила свое существование в 2015 году в связи с серьезными нарушениями действующего воздушного законодательства: под видом чартерных перевозок осуществлял регулярные рейсы. Однако, в настоящее время создание мультимодальной зоны приостановлено в виду политических санкций, связывающих Россию и Украину [6].

На экономическом пространстве приграничных территорий России и Украины имеется квалифицированная рабочая сила. ВУЗы Белгородской области осуществляют подготовку специалистов необходимого профиля. Создание логистической зоны обеспечит уникальные возможности для формирования производственных и сервисных мощностей, привлечения финансовых потоков, организации качественных рабочих мест.

Уже в 2004 году Еврорегион стал наблюдателем Ассоциации европейских приграничных регионов (АЕПР), а в 2009 году получил полноправное членство [7].

1 декабря 2014 года на территории Белгородской области состоялся форум «Приграничье-2014» в рамках реализации соглашения АЕПР. В ходе форума было проведено обсуждение проблематики трансграничного сотрудничества, вопросов экономики и социологии. Представители разных сообществ отметили, что данная интеграционная площадка стала эффективной для всех участников приграничного сотрудничества. Также участники подчеркнули, что необходимо развивать интеграционные отношения между Белгородской и Харьковской областями, несмотря на обострившуюся политическую ситуацию [8].

В августе 2016 года Белгород посетили представители АЕПР – председатель по внешним границам Йоханнес Упро Мойзио и глава Регионального Совета Южная Карелия Матти Тапани Вииалаинен. В ходе встречи были отмечены результаты интеграции, которые нашли свое отражение в привлечении инвестиций, развитии культурных и духовных связей, укреплении сотрудничества между учебными и общественными организациями, а также активизации бизнеса. На территории Белгородской

области уже работают несколько организаций, которые получают инвестиции из Харьковской области, например «Завод «БелЮжкабель» и «Пластилюкс-Групп» в Белгороде, «Оскольский подшипниковый завод ХАРП» в Старом Осколе, кроме того существует совместное предприятие «Экотон», которые имеет два филиала в Белгороде и в Чугуеве Харьковской области [9].

ЗАО «БелЮжкабель» было создано по производству кабельно-проводниковых изделий. На сегодняшний день завод производит силовые кабели и самонесущие изолированные провода для воздушных ЛЭП. [10].

ООО «Пластилюкс-Групп» является одним из крупнейших российских производителей сотового поликарбоната в России. Производственный комплекс оснащён современным, высокотехнологичным оборудованием, позволяющим выпускать продукцию самого высокого стандарта качества, что подтверждается «Европейским Центром Сертификации и Качества» [11].

«Оскольский подшипниковый завод ХАРП» - дочернее предприятие индустриальной группы УПЭК - одной из крупнейших частных компаний Украины, которая входит в лидеры по производству компонентов для крупнейших конвейеров СНГ [12].

«Экотон» - предприятие, которое занимается разработкой, производством и внедрением современных высокоэффективных технологий и оборудования для очистки сточных вод на объектах водоснабжения и водоотведения муниципальных организаций и промышленных предприятий [13].

Внешнеторговый оборот Белгородской области в период с 2011 по 2016 падает, так как за 4 года наблюдается резкое снижение товарооборота с 10 млрд. долларов США до 757,9 млн. долларов США. Спад товарооборота наблюдается с 2012 года, когда было замедление темпов роста развития России, и президент В.В. Путин поставил задачу перед государством – увеличить влияние России на международной арене. Таким образом, все доходы шли на восстановление военно-промышленного комплекса. Кроме того, политический кризис на Украине 2013 года сократил торговый оборот в несколько раз. При анализе внешней торговли наблюдается сокращение внешнеторгового оборота в процентах по отношению к предыдущему году за счет влияния экономических санкций. В 2014 году внешняя торговля с учетом экспорта и импорта сократилась на 15%, в 2015 на 34%, а в 2016 ожидается сокращение около 30%.

В товарной структуре экспорта доминирует продукция металлов и металлических изделий, минеральных продуктов, продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья. В отношении металлов и металлических изделий наблюдался рост в 2014 году, однако в дальнейшем уменьшается экспорт, так как вызван отказом западных стран кредитовать крупнейшую российскую компанию «Металлоинвест», которая ведет основную свою деятельность на территории Белгородской области. Также

уменьшился экспорт продовольственных товаров и минеральных продуктов, что сократило доход области.

В отношении товарной структуры импорта доминирует машиностроительная продукция, минеральные продукты. На протяжении четырех лет наблюдается сокращение ввоза товаров – это говорит о том, что область успешна в импортозамещении своей продукцией.

В результате анализа внешней торговли Белгородской области со странами Ближнего Зарубежья было выявлено, что в период с 2011 по 2014 год.

Главным и ведущим партнером Белгородской области из стран СНГ являлась Украина. Этот период характеризуется спадом экономических связей с Украиной, однако, объем сотрудничества с Украиной составляет более 90%. Это говорит о том, что почти весь товарооборот со странами СНГ сосредоточен только в Украине, а именно в Харьковской области, которая граничит с Белгородской областью. Даже, несмотря на напряженные политические отношения между Россией и Украиной, Белгород продолжает тесно сотрудничать с Харьковом. Но уже 2014 году экспорт составил 607,2 млн. долл., что на 25% меньше, чем в предыдущем году. В 2015 году экспорт упал почти в 2 раза, и составил 355,8 млн. дол. (- 41%) за счет резкого уменьшения экспортируемой продукции в Украину из-за экономических санкций [14].

Белгородская область обладает огромным экономическим потенциалом, который при использовании имеющихся возможностей может быть реализован в интересах государства и бизнеса. Белгородская область изначально имеет выгодные преимущества для интеграции в мировую экономику, так как является приграничным регионом Российской Федерации. Логистическая специализация области направлена на обслуживание товаропотока в Европу, принимая, таким образом, форму логистической зоны международного значения. Экономическая деятельность привела к увеличению объема финансовых, товарных, информационных потоков между субъектами и государствами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мичурина О.Ю. Место и роль интеграционных процессов в мировой экономике / О.Ю. Мичурина // Вестник Астраханского гос. техн. ун-та. – 2010. -№2. – С. 7-17.

2. Organization of the Black Sea Economic Cooperation [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: [http:// www.bsec-organization.org/Pages/homepage.aspx/](http://www.bsec-organization.org/Pages/homepage.aspx/). - Загл. с экрана (дата обращения: 26.11.2016).

3. Стратегия «Формирование регионального солидарного общества» [Электронный ресурс] // Губернатор и Правительство Белгородской области. : офиц. сайт. Режим доступа: <http://belregion.ru/region/priorities/solidarity.php>. - Загл. с экрана (дата обращения: 25.11.2016).

4. Концепция внешней политики РФ от 12 февраля 2013 г. [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел РФ. : офиц. сайт. Режим доступа: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkB6BZZ9/content/id/122186. - Загл. с экрана (дата обращения: 26.11.2016).

5. Соглашение о создании Еврорегиона «Слобожанщина» [Электронный ресурс] // Белгородская областная Дума. : офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.belduma.ru/laws/detail.php?soz=3&god=2005>. - Загл. с экрана (дата обращения: 27.11.2016).

6. ОГКУ «Государственный архив Белгородской области» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://belarchive.ru>. - Загл. с экрана (дата обращения: 25.11.2016).

7. Association of European Border Regions [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.aebr.eu/en/index.php>. - Загл. с экрана (дата обращения: 26.11.2016).

8. В Белгороде обсудили пути дальнейшего приграничного сотрудничества [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Белгородской области: офиц. сайт. Режим доступа: <http://belgorodinvest.ru/media/news/corporation/in-belgorod-discussed-ways-of-further-cross-border-cooperation/>. - Загл. с экрана (дата обращения: 26.11.2016).

9. Белгород посетила финская делегация Ассоциации Европейских приграничных регионов [Электронный ресурс] // Белгородская областная Дума: офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.belduma.ru/news/detail.php?ID=29159>. - Загл. с экрана (дата обращения: 27.11.2016).

10. ЗАО завод «БелЮжкабель» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://belyuzhcable.ru>. - Загл. с экрана (дата обращения: 27.11.2016).

11. ООО «Пластилукс-Групп» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://plastilux.ru/plastilux-group/>. - Загл. с экрана (дата обращения: 27.11.2016).

12. «Оскольский подшипниковый завод ХАРП» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.opzt.ru/node/689>. - Загл. с экрана (дата обращения: 27.11.2016).

13. ООО «ПКФ «Экотон»» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.ecoton.ru>. - Загл. с экрана (дата обращения: 27.11.2016).

14. Краткий статистический сборник «Белгородская область в цифрах. Выпуск 2016» // Федеральная служба статистики по Белгородской области] : офиц. сайт. Режим доступа: http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/publications/official_publications/electronic_versions/. - Загл. с экрана (дата обращения: 20.11.2016).

**THE PARTICIPATION OF BELGOROD REGION IN THE
INTEGRATION PROCESSES OF THE BLACK SEA ECONOMIC
COOPERATION AND THE ASSOCIATION OF EUROPAEN BORDER
REGIONS**

The article focuses on the role Belgorod region plays in integration processes of The Organization of the Black Sea Economic Cooperation and the Association of European Border Regions. It analyses key agreements reached between region and its main partners and advantages the region.

Keywords: *integration processes, border region.*

ЯКІСНІ ОРІЄНТИРИ ГРОШОВО-КРЕДИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

У статті розглянуто та обґрунтовано критерії оцінки якості монетарної політики; емпірично досліджено вплив покращення якісних орієнтирів грошово-кредитного регулювання на основні макроекономічні показники.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт, монетарна політика, економічне зростання, платіжний баланс, фіскальна політика.

Важливим показником діяльності центральних банків країн є ефективна монетарна політика (англ. *Monetary Policy*) — політика держави, через яку уповноважена державою інституція контролює обсяг пропозиції грошей з метою встановлення цінової стабільності, сприяння економічному зростанню, дотриманню рівня безробіття населення на низькому рівні.

Загальні проблеми монетарної політики достатньо інформативно опрацьовано зарубіжними спеціалістами М. Бруно, К. Вегом, А. Гошем, М. Домбровським, М. Де Мело, Г. Кальво, Ф. Мишкіним, К. Рибінським, С. Фішером та іншими. Досліджувана проблематика отримала належне висвітлення у працях вітчизняних авторів А. Гальчинського, В. Геєця, О. Дзюблюка, В. Козюка, С. Корабліна, В. Лагутіна, В. Литвицького, С. Михайличенка, Н. Островської, О. Петрика, М. Савлука, Н. Черкас [1], В. Шевчука [5], М. Шестопалової [6], Т. Унковської [4], О. Яременка та інших.

Попри вагомі напрацювання, залишаються невирішеними важливі питання щодо пошуку перспективних шляхів підвищення якості монетарної політики центрального банку як важливого чинника економічного зростання.

У цьому зв'язку написання статті на тему «Якісні орієнтири грошово-кредитного регулювання» є досить актуальною. Мета статті – обґрунтування критеріїв оцінки якості монетарної політики та впливу покращення якісних орієнтирів грошово-кредитного регулювання на основні макроекономічні показники.

Визначення цілей монетарної політики слід вважати однією з трьох найважливіших компонент її якості. Дві інші компоненти — це довіра до центрального банку та процедурні моменти, з яких найголовнішим є координація з фіскальною політикою та механізмом курсоутворення. При цьому не варто відмовлятися від курсового якоря, але зміни обмінного курсу повинні гнучкіше реагувати на стан валютного ринку і, що найважливіше, можливості стерилізації монетарних ефектів платіжного балансу. Боротьба з інфляцією вимагає активнішого використання традиційних інструментів монетарної політики. Координація з фіскальною політикою є бажаною, але її не варто абсолютизувати. Недоліком вважається недостатня координація дій уряду та Національного банку України (НБУ), зокрема в аспектах ринку

державних цінних паперів, руху залишків на рахунках уряду в НБУ та обслуговування зовнішнього боргу [6, с. 10-11]. Існують теоретичні аргументи, що після збільшення дефіциту бюджету для утримання економічної системи на рівноважній траєкторії необхідне обережне збільшення грошової маси [1]. З іншого боку, в окремих роботах обґрунтовано теоретично і доведено емпірично доцільність профіциту бюджету і рестрикційної монетарної політики як чинників економічного зростання [5, с. 224-309].

Схематично найважливіші функціональні зв'язки проілюстровано на рис. 1. Якщо орієнтуватися на повноцінний незалежний статус центрального банку, то вибір цілей монетарної політики є його компетенцією.²⁹ Переважно йдеться про підтримання цінової стабільності з огляду на невисокий рівень інфляції. Динаміка доходу може враховуватися, але виключно у сенсі короточасних відхилень від цільового орієнтира інфляції, які зумовлено циклом ділової активності. Під час антициклічного регулювання доходу важливо уникнути ілюзії щодо браку обмежень на темп зростання ВВП та можливостей постійного підвищення рівня монетизації.

Проведений теоретичний аналіз свідчить: цілком можливим є тимчасове перевищення рівноважного значення монетизації, що може помилково сприйматися як ознака можливостей неінфляційного збільшення пропозиції грошової маси. Така ситуація загрожує створенням так званого грошового «навісу» та його подальшим демонтажем, який може відбуватися за умов прискорення інфляції та підвищеного попиту на іноземну валюту.

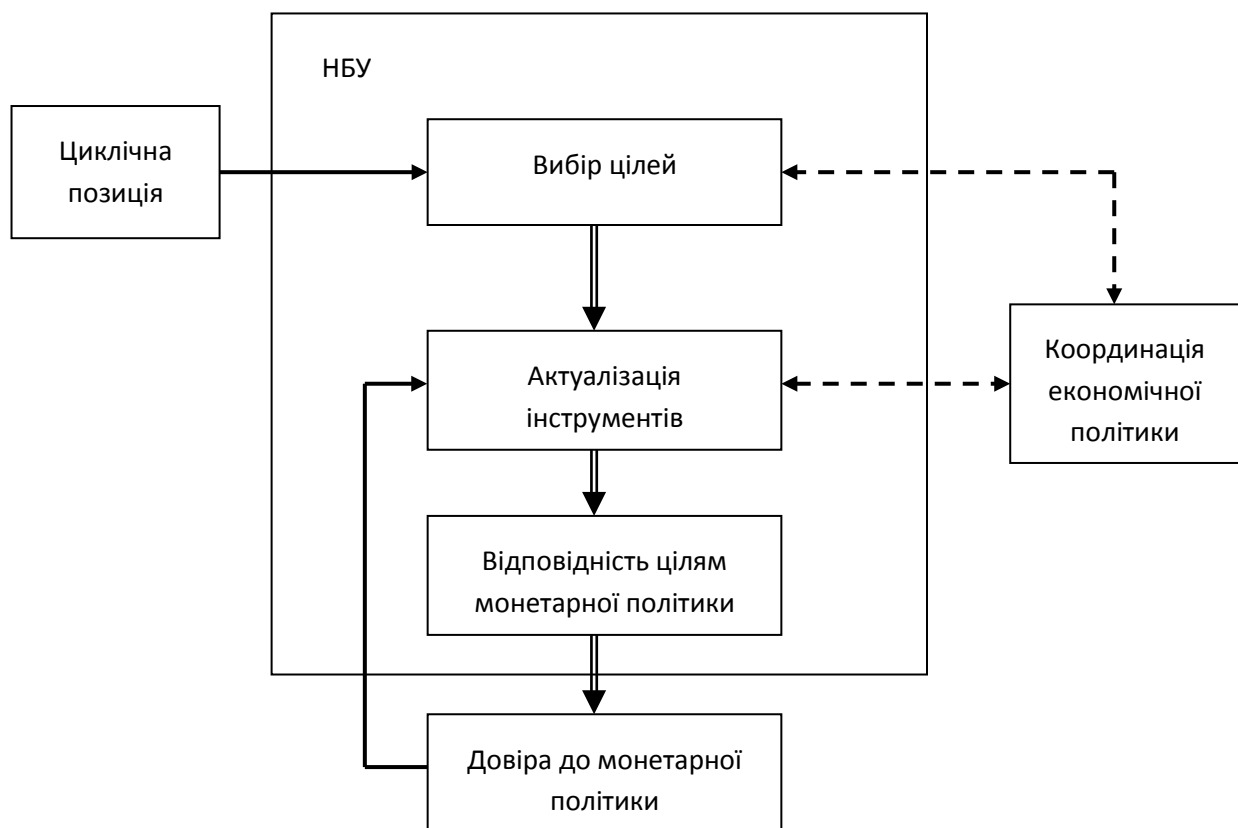


Рис. 1. Функціональні механізми діяльності центрального банку
Джерело: [4]

З іншого боку, значне відставання показника доходу на душу населення від його значень у промислових країнах може схилити до перебільшеної оцінки рівноважної динаміки доходу, що, зі свого боку, загрожує перегрівом економіки. Такий «перегрів» може бути наслідком грошового «навісу» і не мати звичного зв'язку з інфляцією. Зазначена особливість перешкоджає ідентифікації факту перегріву економіки, а відповідно — своєчасному обмеженню експансійної монетарної і фіскальної політики, що в підсумку зумовлює кризову корекцію макроекономічного дисбалансу. В Україні прикладом можуть бути 2004 і 2007-2008 рр., коли надміру високий темп зростання ВВП понад рівноважне значення супроводжувався паралельним грошовим «навісом», а обидва явища переважно не викликали помітних побоювань.

Залежно від характеру відхилень від рівноваги доходу і платіжного балансу та дієвості підтримки фіскальною політикою стає можливою актуалізація інструментів грошово-кредитної політики. Вважається, що у контексті координації фіскальної і монетарної політики доречно спиратися на спосіб вирішення відомої проблеми досягнення макроекономічної рівноваги Р. Манделла, а саме: використовувати монетарну політику для вирівнювання платіжного балансу, а фіскальну — для підтримання рівноваги доходу [5, с. 361-363]. Зазначена пропозиція не виглядає оптимальною (наприклад, у випадку значної зовнішньої заборгованості), але цілком дієвою для конкретного випадку економіки України, яка характеризується підвищеною вагою грошової стабільності як чинника підтримання макроекономічної рівноваги. Фактично у пропозиції Р. Манделла йдеться про те, що підтримання рівноваги доходу і платіжного балансу не вимагає використання обмінного курсу. Така можливість розглядається надзвичайно привабливою з огляду на зауважену недовіру до гнучкості обмінного курсу та формування очікувань обмінного курсу за допомогою пропозиції грошової маси.

Відповідність динаміки грошових агрегатів цілям монетарної політики дозволяє підвищити довіру до неї, що, зі свого боку, полегшує використання традиційних інструментів управління пропозицією грошової маси. Підвищений ступінь довіри є важливим, насамперед, з огляду на надання монетарній політиці передбачуваного характеру, який мінімізує потенційні втрати під час гальмування інфляції. Не менш важливим є запобігання недовірі до банківської системи, яке обмежує можливості акумуляції заощаджень, а відповідно перешкоджає зниженню процентної ставки за рахунок збільшення депозитів банківської системи.

Центральний банк із незалежним статусом дозволяє ефективніше гальмувати інфляцію [3, с. 114-115], але у багатьох країнах із нестабільною економікою набагато більше означають суб'єктивні чинники [5, с. 199-200]. Політична заангажованість центрального банку може шкодити більше, ніж невдачі у стримуванні інфляції.

Питання координації фіскальної і монетарної політики зазвичай окреслюється для економіки України в дискусії щодо характеру інфляції —

монетарного чи немонетарного, яку лише посилює прискорення цінової динаміки кризового 2014 року. Важливо, щоб фінансова політика мала певний запас міцності на випадок спаду виробництва, коли зниження доходу до рівноважного значення може мати негативні наслідки для бюджету. В контексті координації фінансової і монетарної політики сприятливо виглядає антициклічна орієнтація сальдо бюджету, коли під час «перегріву» економіки цей показник поліпшується, а у випадку спаду виробництва — погіршується. В Україні цього немає, і така структурна ознака перешкоджає стабілізаційній політиці. Потрібно враховувати, що на випадок відпливу капіталу підвищений дефіцит бюджету може бути шкідливим як чинник погіршення очікувань цінової і грошової стабільності, адже сальдо бюджету традиційно розглядається одним із фундаментальних чинників обмінного курсу. За таких умов зростають переваги фінансової дисципліни. Не виключено, що рівноважне значення сальдо бюджету є доволі високим, а тому антициклічне регулювання є актуальним у контексті переходу від значного профіциту бюджету до щонайбільше незначного дефіциту бюджету, а краще — збалансованого бюджету [2]. Збалансований бюджет зменшує потребу в державних запозиченнях і знижує рівноважне значення процентної ставки, що полегшує використання цього показника для стабілізаційної монетарної політики. Переваги такого рішення демонструє досвід 2000-2001 рр., коли тенденцію до повільного зменшення високого дефіциту бюджету було змінено шляхом рішучого переходу до профіциту бюджету.

Вища якість монетарної політики в її традиційних аспектах (антиінфляційна орієнтація, підтримання стабільності грошової одиниці, вирівнювання платіжного балансу) повинна призвести до кращої динаміки економічного зростання. Для емпіричної верифікації цього факту нами використано монетарну компоненту спеціалізованих індексів економічної свободи, що можна розглядати у першому наближенні як узагальнену характеристику якості монетарної політики. Інформативні розробки канадського Інституту Фрейзера [9] і американського Фонду Heritage Foundation [10] дозволяють простежити важливі тенденції у монетарній політиці та їхні наслідки для економічного зростання.

В індексі Фрейзера показник якості грошей пов'язується з абсолютним значенням та мінливістю інфляції (зазвичай висока інфляція є більш мінливою), співвідношенням між темпом зростання грошової маси і темпом зростання ВВП, а також здатністю резидентів національної економіки тримати кошти на вітчизняних і закордонних рахунках [9]. Із збільшенням значень в інтервалі від 0 до 10 якіснішою, тобто такою, що забезпечує більше економічної свободи, вважається ліберальна монетарна політика, яку характеризують стабільно невисока інфляція, відсутність перевищення темпом зростання грошової маси темпу зростання ВВП і лібералізація операцій фінансового рахунку платіжного балансу.

Індекс Heritage є більш репрезентативним, якщо йдеться про всі країни колишнього Радянського Союзу, і дозволяє зробити ширші узагальнення. На

відміну від індексу Фрейзера, масив щорічних даних з 1995 р. дозволяє проведення регресійного аналізу. Якість монетарної політики оцінюється у вужчому розумінні досягнутого за декілька років середньозваженого показника інфляції: 1 — нижче 3%, 2 — 3-6 %, 3 — 6-12 %, 4 — 12-20 %, 5 — понад 20 % річних. Зрозуміло, що в індексі Heritage свобода монетарної політики ототожнюється лише із зниженням інфляції [10]. Порівняння експертних оцінок для України, Білорусі, Польщі та Росії дозволяє виявити відсутність ліберальної монетарної політики в усіх чотирьох країнах протягом 1995-1998 рр. Проте надалі Польща лібералізувала монетарну політику в три етапи: 1999-2000 рр., 2001-2003 і 2004-2005 рр., що призвело до надійного гальмування інфляції та відносно стабільної динаміки майбутніх років.

Станом на початок 2005 року ступінь лібералізації монетарної політики НБУ відстає від політики Народного банку Польщі на рік, що слід вважати вагомим досягненням, але розрив збільшується для України починаючи з 2014 року.

З оцінки тенденцій в окремих групах країн впливає стрімка лібералізація монетарної політики у країнах Балтії з 1999 року [9; 10]. На сьогодні резерви подальшої лібералізації в Естонії, Латвії і Литві практично вичерпано. Менш ліберальною виглядає монетарна політика в країнах «люксембурзької групи»: Польщі, Угорщині, Чехії і Словенії [9; 10].

Експерти фонду Heritage не помітили істотних відмінностей у монетарній політиці країн колишнього Радянського Союзу і «хельсінської групи»: Болгарії, Румунії і Хорватії [10]. В усіх групах країн виразно простежується лібералізаційний тренд у монетарній політиці.

В розрахунках за допомогою індексу Heritage Foundation виразно простежується прямий зв'язок між якістю монетарної політики та сальдо фінансового рахунку:

$$FA_t = 0,463FA_{t-1} + 0,128HM, \quad (1)$$

(5,552^{*}) (1,764^{***})

$$R^2 = 0,24 \quad F = 6,18^* \quad DW = 2,16$$

де FA_t — сальдо фінансового рахунку (% від ВВП).

Цілком очікувано поліпшення якості монетарної політики супроводжується зміцненням грошової одиниці:

$$\Delta E_t = 0,214\Delta E_{t-1} - 0,171HM, \quad (2)$$

(2,419^{**}) (-1,991^{***})

$$R^2 = 0,17 \quad F = 2,115^{**} \quad DW = 2,23$$

де ΔE_t — темп знецінення грошової одиниці (%).

Слід зазначити, що наведені вище міркування не можуть розглядатися істиною в останній інстанції, принаймні з двох причин: можливого взаємозв'язку між монетарною політикою і економічним зростанням та незалежного впливу відмінних макроекономічних умов, хоча вони створюють належне інформаційне поле для подальших емпіричних досліджень.

Використання методології експертної оцінки якості економічної політики недвозначно відображає зростання ступеня лібералізації монетарної політики незалежно від типу країни — Східна Європа чи колишній Радянський Союз. Відповідна тенденція краще прослідковується в останні роки. З іншого боку, немає переконливих ознак сприятливої залежності, коли ліберальна монетарна політика асоціюється з вищим темпом зростання ВВП, принаймні до такого висновку підштовхує візуальне порівняння відповідних тенденцій. Така ситуація може вказувати на взаємозв'язок обох тенденцій — лібералізації монетарної політики і динаміки економічного зростання — або їх залежність від екзогенних чинників. Такий висновок означає, що ідентифікація причинно-наслідкового зв'язку між якістю монетарної політики і зростанням валового внутрішнього продукту вимагає докладнішого емпіричного дослідження за допомогою адекватних статистичних методів.

Література

1. Атаманчук З. А. Оцінка макроекономічних ефектів монетарної політики в Україні / З. А. Атаманчук, Н. І. Черкас // Економіка і прогнозування. – 2015. - № 3 (4). – С. 123-134
2. Атаманчук З. А. Грошова політика, інвестиції, економічне зростання і ринок праці напередодні вступу до ЄС: приклад Польщі / З. А. Атаманчук, Р. М. Копич // Вісник ХНУ. – № 3-2. – Хмельницький : ХМУ. – 2005. – С. 93-97.
3. Атаманчук З. А. Перспективні шляхи підвищення якості монетарної політики / З. А. Атаманчук // Особливості інтеграції України у світовий економічний та політико-правовий простір: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. – Маріуполь : МДГУ, 2010. – С. 114-115.
4. Унковська Т. Трансмісійний механізм монетарної політики в контексті економічного зростання / Т. Унковська // Економіка і прогнозування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eip.org.ua/?page_id=523&aid=456.
5. Шевчук В. О. Платіжний баланс, економічне зростання і стабілізаційна політика / В. О. Шевчук. – Львів : Кальварія, 2008. – 734 с.
6. Шестопалова М. Становлення монетарної та фіскальної політики в Україні / М. Шестопалова, Т. Єрліна // Вісник НБУ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=60949.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. International Financial Statistics. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elibrary-data.imf.org/>.
9. The Fraser Institute. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fraserinstitute.ca>.

10. The Heritage Foundation. [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
http: // www.heritage.org.

Atamanchuk Z. A.

QUALITATIVE REFERENCE POINT OF MONETARY REGULATION

The criteria of estimation of monetary policy quality are considered and grounded in the article;

the influence of the qualitative reference point of monetary regulation improvement on the basic macroeconomic indexes are empiric investigated.

Keywords: *gross domestic product, monetary policy, economic growth, balance of payments, fiscal policy.*

Баглай Оксана Ігорівна
к.п.н., ст.викладач
Тучапець Анастасія Андріївна
студентка гр. Т-14
Львівський інститут економіки і туризму

ВИНИКНЕННЯ ТА ПОДОЛАННЯ МІЖКУЛЬТУРНИХ КОНФЛІКТІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Анотація. Автори обґрунтовують причини виникнення та способи подолання міжкультурних конфліктів у контексті діалогу культур майбутніми фахівцями сфери туризму. У статті подається визначення терміну "міжкультурне спілкування". Наголошується на важливості вивчення крає-та країнознавчої тематики студентами напряму підготовки "Туризм". Аналізуються культурні особливості представників іноземних держав, проблеми діалогу культур та шляхи подолання можливих міжкультурних конфліктів з урахуванням норм ділового етикету.

Ключові слова: сфера туризму, майбутній фахівець сфери туризму, міжкультурне спілкування, іноземна мова, діалог культур, міжкультурні конфлікти, міжнародна співпраця, діловий етикет.

Актуальність проблеми. Процес глобалізації та інформатизації суспільства, геополітичні та соціально-економічні процеси, зростання кількості організованих туристів та постійно зростаючого попиту щодо задоволення їхніх потреб вимагають висококваліфікованих, компетентних спеціалістів зі знаннями іноземних мов, підготовлених до сприйняття особливостей діалогічних взаємовідносин представників різних культурних груп на основі спільних інтересів та цінностей.

Система вищої освіти в Україні потребує компетентнісного підходу до професійної підготовки майбутнього фахівця сфери туризму, наголошуючи на необхідності вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців зокрема, зі сфери туризму для посилення туристичного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку. Завдяки масовим подорожам людей в інше соціокультурне середовище інтенсифікуються міжкультурні комунікації, що передбачає проінформованість учасників цих процесів у різних галузях знань, активнішими стають економічні й культурні зв'язки між етносами і народами.

Аналіз теоретичних джерел щодо професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму знайшов своє відображення у працях таких науковців: В. О. Квартальний, Ю. О. Матвій-Лозинська, В. С. Пазенок, Л. В. Сакун, В. К. Федорченко, Н. А. Фоменко, Н. С. Хмілярчук, Г. С. Цехмістрова; проблемами міжкультурного спілкування займалися: Л. В. Кнодель, В. В. Кузьменко, І. Ф. Лощенова, А. К. Солодка, Н. В. Якса та інші.

Проте, аналіз літературних джерел щодо забезпечення культурологічного змісту професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму, зокрема проблема виникнення та подолання міжкультурних конфліктів у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму, вказує на те, що цей аспект потребує подальшого вивчення.

Мета статті полягає в обґрунтуванні причин виникнення та подолання міжкультурних конфліктів у процесі професійної підготовки фахівця сфери туризму.

Виклад основного матеріалу. Практичні навички володіння іноземною мовою за професійним спрямуванням з урахуванням її культурологічного аспекту відіграють важливу роль у професійній підготовці майбутніх фахівців для галузі туризму. Такий аспект професійної підготовки фахівця дозволяє ознайомити студента з культурними реаліями країн, мови яких вони вивчають з метою запобігання виникненню таких конфліктів у їхній професійній діяльності та можливих шляхів їх подолання у процесі професійної взаємодії.

В першу чергу, обґрунтуємо поняття "міжкультурна комунікація". Міжкультурна комунікація - це цілеспрямований зв'язок між культурою відмінними людьми чи групами людей, завдяки якому відбувається обмін інформацією, культурними та духовними цінностями з урахуванням унікальності кожної з культур, їх самобутності та самоідентичності [1, с. 6]. У процесі міжнаціональної взаємодії все набагато складніше, адже має відбутися діалог (полілог) багатьох національних культур, кожна з яких відрізняється рівнем показників національного патріотизму. В середині національного культури міжнаціонального спілкування виявитися практично не може, адже для цього необхідні міжнаціональні взаємодії [2, с. 54]. Формою такої взаємодії є міжнаціональне спілкування, у процесі якого беруть участь окремі особистості, які є представниками різних етнічних спільнот та розмовляють іноземною мовою.

У Львівському Інституті Економіки та Туризму викладачі звертають особливу увагу на змістове наповнення навчальних дисциплін, зокрема дисципліни "Іноземна мова за професійним спрямуванням», враховуючи крає-та країнознавчі аспекти вивчення цієї дисципліни.

Студенти напряму підготовки 6.140103 "Туризм" навчаються як уникати міжкультурні непорозуміння іноземними мовами, а у випадку їх виникнення, як виправляти. Адже працівники туристичної сфери безпосередньо контактують з представниками різних національностей. Для фахівців сфери туризму це є першочерговою необхідністю. Ці питання активно розглядаються на практичних заняттях з іноземної мови професійного спрямування, зокрема, англійської, яка є загальноповсюджаною у бізнес-середовищі.

Мотивацією щодо вивчення іноземної мови служать професійна потреба студента стати висококваліфікованим фахівцем з високим рівнем іншомовної

комунікативної компетентності. Основними завданнями вивчення дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням (англійська)» є:

- практичне ознайомлення з різними аспектами іноземної мови;
- ознайомлення з культурними традиціями України;
- ознайомлення з культурними традиціями країн, мову яких вивчають та країн континентальної Європи;
- готовність здійснювати професійне міжкультурне спілкування в різних змодельованих ситуаціях професійної взаємодії;
- здатність вести діалог культур з представниками різних національностей у процесі професійної взаємодії.

Однією з комунікативних компетенцій вивчення дисципліни є соціолінгвістична, яка передбачає вміння враховувати національну приналежність та соціальні особливості іноземного мовця. У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати лінгвокраїнознавчі реалії, відмінності у культурних традиціях України з традиціями країн, мову яких вивчають та країн континентальної Європи з метою успішного ведення міжкультурного діалогу, а також знати професійну термінологію зі своєї спеціальності з метою вирішення конкретних комунікативних завдань у змодельованих ситуаціях майбутньої професійної діяльності у межах вивченого лексичного матеріалу.

Успіх ділового контакту між партнерами залежить від: уміння правильно сприймати й розуміти партнерів по спілкуванню, взаємодіяти з ними, добирати аргументи і докази, виразно й зрозуміло висловлюватися, визначити рівень спілкування, враховуючи психологічний стан партнерів [3, с. 386]. Таким чином, ефективна реалізація суб'єктом процесу професійного міжкультурного спілкування залежить від рівня його культури. Тому майбутнього фахівця необхідно так готувати до професійної взаємодії, щоб він продемонстрував ціннісні прояви власної особистості щодо партнера по спілкуванню.

Принцип діалогу культур передбачає знайомство з культурою країни, мова якої вивчається, поступається місцем міжкультурній взаємодії. Культурознавчий підхід до навчання іноземних мов є провідним, і наголошує на тому, що вивчення іноземної мови й оволодіння нею базується на досягненнях у галузі дослідження людини як носія мови, розуміння людини як мовної особистості, що несе в собі особливості національного мислення [1, с. 8]. Різниця картин світу буде проявляти себе не тільки в мові, лексиці та граматиці, а й у принципах категоризації, формах вираження незвичних для студента явищ [4].

Студенти аналізують інформацію щодо можливих учасників міжкультурного діалогу, а саме, з представниками яких національностей найчастіше укладається договір про співпрацю в тій чи іншій сфері діяльності. Для прикладу, з представниками яких національностей потрібно буде спілкуватись при організації туру Європою, туру в країни Азії чи Африки, або ж створення турів по території нашої країни, охоплюючи певні

регіони. Такий аналіз дозволяє зрозуміти як потрібно поводитись при зустрічі з німцями, італійцями чи арабами, на що потрібно звертати увагу при підготовці до зустрічі з іноземцями. А також, аналіз допомагає підібрати необхідну інформацію та систематизувати її. При цьому студенти діляться на групи і вирішують ситуативні завдання іноземною мовою та презентують їх перед групою. Таким чином, під час теоретично-практичного заняття студенти ознайомлюються з різними національними особливостями, вчать думати різнобічно, аналізувати та систематизувати інформацію, розробляти план та робити відповідні висновки, швидко реагувати на зміни.

Діловий етикет країн Далекого Сходу має свої особливі традиції. Уявлення представників китайської культури про діловий етикет є кардинально іншим у порівнянні з європейським. При спілкуванні (діловому чи буденному) фізичні контакти, такі як обійми, дотик, поцілунки, є неприпустимими. Вони можуть сприйняти такі дії за образу. Готуючись до ділової зустрічі щодо налагодження співпраці китайські бізнесмени особливу увагу приділяють збору інформації щодо теми ділових перемовин (інформація про організацію майбутнього партнера, власників, їхніх ідеологій та структур тощо), а також формуванню дружніх відносин та дружньої атмосфери. Дружня атмосфера на перемовинах відіграє для китайців дуже велике значення, причому, зазвичай, вони ототожнюють його з особистими відносинами партнерів[6].

Звертаючись до китайця, необхідно пам'ятати, що прізвища в Китаї прийнято ставити попереду імені, тому при розмові з представником цієї національності потрібно називати його не по імені, а по прізвищу. Під час вітання спочатку слід потиснути руку людині, яка займає найвищу посаду з організації вашого партнера, і лише тоді вітатись з іншими працівниками. Також обов'язковим є обмін візитівками [5].

Китайські делегації зазвичай дуже великі, оскільки на ділові зустрічі приїжджають експерти з різних галузей. Структура проведення перемовин для китайців має 3 окремі етапи:

- початкове уточнення позицій, тем та підтем, предмету чи процесу;
- їх обговорення;
- заключний етап.

Початковий етап - це оцінка статусу кожного з представників компанії партнера. Велику увагу китайці приділяють зовнішньому вигляду партнерів, манері їх поведінки, відносинам серед колег. Провівши такий аналіз, китайці надалі орієнтуються на партнерів з більш високим статусом. Попри те, що це може бути директор підприємства або ж людина, яка на їхню думку має найбільший авторитет як серед своїх підлеглих, так і серед членів китайської делегації. Проводячи ділові зустрічі на своїй території, китайці, посиляючись на свої традиції, нерідко пропонують гостям виловлювати свої думки, пропозиції чи зауваження першими, щоб з'ясувати позицію партнера. Від китайців на початку переговорів цього домогтися важко, можна сказати, неможливо. Вони всіляко відбиваються загальними фразами. Не слід у

такому разі показувати свого невдоволення або використовувати тиск. Потрібно розпочати свою промову коректно, продумано, так, щоб представники цієї культури вбачали серйозність та авторитетність за своїми мірками.

На поступки китайці йдуть зазвичай під кінець переговорів, коли ними вже зроблена оцінка можливостей партнерів. Кінцеві рішення приймають не під кінець переговорів в робочій атмосфері, а вдома, адже вони підлягають обговоренню з керівництвом китайської організації та їх схваленню.

Налагодження неформальних відносин з зарубіжними партнерами є важливою складовою китайського бізнесу. До неформальних відносин відносяться розмови про сім'ю, питання щодо сімейного стану та друзів, теми про інтереси та захоплення, запрошення в традиційні розкішні ресторани. Тости вимовляються, але цокатися необов'язково. Якщо ж цоккаються, то роблять це так: молодший повинен почаркуватися верхньою частиною свого келиха об ніжку келиха старшого, показуючи таким чином, що він ставить себе нижче.

У діловому житті Китаю є популярним вручення подарунків. Але подарунки дають виключно після укладання всіх угод. При цьому подарунки краще робити не конкретній особі, а всій фірмі, тому що місцеві звичаї можуть забороняти прийняття особистих подарунків. Китайці з вдячністю приймають невеликі сувеніри. Не слід дарувати годинник, тому що на китайській мові слова «годинник» і «похорон» близькі за звучанням.

Для міжнародної співпраці з бізнесменами Південної Кореї потрібно знати особливості їх культури, поведінки та стереотипів, щоб уникнути міжнаціональних конфліктів та непорозумінь.

Цей народ високо цінує мораль, традиції та спілкування, без цих якостей у Південній Кореї вам буде важко вирішувати ділові питання. Якщо вам потрібна бізнес-зустріч, її потрібно призначити через секретаря напередодні. В його обов'язки входить отримання всієї інформації щодо компанії-партнера, про що він інформує своє начальство[7].

Якщо є такі питання, які, на вашу думку, можна вирішити і по телефону, то корейці вимагатимуть особистої зустрічі, адже всі питання вони сприймають тільки бачачи свого партнера. При зустрічі з чоловіком потрібно привітатись рукоштовпанням. А жінки руки не подають. Зоровий контакт для них не важливий.

Корейські бізнесмени, як і всі інші жителі цієї країни є дружелюбними та гостинними, тому для своїх ділових партнерів вони влаштовують пишний традиційний обід або вечерю. Якщо вони будуть їхати у вашу країну, то такого прийому будуть очікувати і від вас.

Грубістю для корейців вважається неприкритий рот при позіханні чи сміху, тому, слід прикривати рот хустинкою чи рукою. Також потрібно поводитись скромно, терпляче і з повагою до старших за віком чи посадою.

Висновки. Міжнародні комунікативні непорозуміння є дуже важливою темою для тих компаній та їх працівників, які співпрацюють з іноземними

компаніями або хочуть співпрацювати, а особливо це стосується працівників сфери туризму. Саме фахівці сфери туризму повинні добре володіти комунікативними навичками міжнародної співпраці іноземною в контексті діалогу культур для уникнення чи вирішення міжкультурних конфліктів та можливих непорозумінь.

Львівський Інститут Економіки та Туризму, завдяки кафедрі іноземних мов, навчає своїх студентів таким важливим темам як міжнародна співпраця та діалог культур, міжкультурна комунікація, міжкультурні конфлікти та способи їх уникнення і вирішення. Студенти не лише здобувають теоретичні, а й практичні знання. В межах аудиторних занять вони порівнюють різні народи та їх культури, шукають кроки щодо вирішення непорозумінь, практикують та розігрують діалоги, вирішують ситуативні завдання. В межах самостійної роботи студенти знаходять додаткову цікаву інформацію згідно з заданою темою та презентують її перед групою. Таким чином, вони вчаться використовувати набуті теоретичні знання, здобувають певного практичного досвіду щодо застосування цих знань у майбутній туристичній діяльності.

Працівники туристичної сфери повинні бути компетентними у цих питаннях, тому інститут, який є профільним у сфері туризму, акцентує на цьому увагу. Таким чином виділяється достатня кількість аудиторних, практичних годин та годин для самостійного опрацювання, щоб якнайповніше і якнайкраще навчити студента бути професіоналом як у цьому питанні, так і в сфері туризму загалом. Для майбутнього фахівця даної галузі такі знання є важливими, адже потреби туристів є дуже великими. З кожним роком потрібно відкривати нові напрямки туризму, нові країни, міста та місця, знаходити нових партнерів для більш вигідної співпраці. Багато суміжних підприємств не виживають серед високої конкуренції на ринку та закриваються, отже, потрібно шукати нові ділові зв'язки. Згідно з цими вимогами, працівники сфери туризму вимушені наполегливо працювати, вивчати та аналізувати потреби постійних та потенційних клієнтів, передбачати можливі ситуації найближчого майбутнього згідно з поточними даними, відкривати нові та розвивати існуючі напрями, знаходити нових партнерів тощо. А для такої багатогранної діяльності необхідно не лише знання іноземних мов та своїх професійних обов'язків, а й знання про національні особливості та культурну приналежність ділових партнерів. Тільки тоді працівник є справжнім професіоналом у туристичній галузі, є конкурентоздатним на ринку праці і може вести діалог культур на високому професійному рівні.

Література:

1. Баглай О. І. Формування готовності майбутніх фахівців міжнародного туризму до міжкультурного спілкування у професійній підготовці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / О. І. Баглай. – Київ, 2013. – 20с.

2. Довгополова Я. В. Формування толерантних відносин студентів у полікультурному середовищі вищого навчального закладу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.05 «Соціальна педагогіка» / Я. В. Довгополова. – Луганськ, 2007. – 20с.

3. Сисоєва С. О. Психологія та педагогіка : підручник [для студентів вищих навчальних закладів непедагогічного профілю традиційної та дистанційної форм навчання] / С. О. Сисоєва, Т. Б. Поясок. – К. : Міленіум, 2005. – 520 с.

4. Ушакова Н. І. Реалізація когнітивного аспекту підручника з мови навчання для іноземних студентів у міжкультурній парадигмі / Н. І. Ушакова // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vmuvnz/2008_12/st12/08ushrea.pdf. – Загол. з екрану. – Мова укр.

5. Якса Н. В. Теоретичні засади професійно-педагогічної підготовки майбутніх учителів до взаємодії суб'єктів освітнього процесу в умовах полікультурності Кримського регіону : монографія / Н. В. Якса. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2006. – 433с.

6. Burgess H. Misunderstandings[Електронний ресурс]: - Режим доступу: [www.URL : http://www.beyondintractability.org/essay/misunderstandings](http://www.beyondintractability.org/essay/misunderstandings)

7. Xizhen Q. Misunderstanding cross-cultural communication [Електронний ресурс]: - Режим доступу: [www.URL:https://etd.ohiolink.edu/!etd.send_file%3Faccession%3Dosu1299607062%26disposition%3Dinline](https://etd.ohiolink.edu/!etd.send_file%3Faccession%3Dosu1299607062%26disposition%3Dinline)

Baglay O.I., Tuchapets A.A.

THE EMERGENCE AND OVERCOMING OF INTERCULTURAL CONFLICTS IN THE PROCESS OF TOURISM BUSINESS FUTURE SPECIALISTS' PROFESSIONAL TRAINING

Abstract. *The authors explain the causes of emergence and ways of intercultural conflicts overcoming in the context of dialogue of cultures for future tourism business specialists. The article contains a definition of the term "intercultural communication". The importance of the region-and country-specific themes study for students of the "Tourism" training area is stressed. Cultural peculiarities of the representatives of foreign states, problems of dialogue of cultures and ways of dealing with the possible intercultural conflicts regarding the norms of business etiquette are analysed.*

Key words: *tourism, future specialist of tourism business, intercultural communication, foreign language, dialogue of cultures, intercultural conflicts, international cooperation, business etiquette.*

Бігус Мар'яна Михайлівна

к.е.н., ст. викл.

Львівський інститут економіки і туризму

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Розглянуто основні причини які вимагають посиленої уваги до процесу стратегічного планування інвестиційно-інноваційного розвитку як джерел формування конкурентних переваг суб'єктів туристичного бізнесу (СТБ) в умовах глобалізації. Окреслено проблеми національної економіки, які гальмують інвестиційно-інноваційний процес розвитку туристичного бізнесу. Визначено, що стратегічне планування інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єктів туристичного бізнесу повинно формувати базову складову загальної стратегії розвитку туристичного бізнесу. Зазначено, що в пріоритеті для розвитку СТБ повинні бути ці інвестиції та інновації, необхідність яких підтверджують результати маркетингових досліджень.

Ключові слова. Стратегічне планування, інвестиційно-інноваційний розвиток, маркетингові дослідження, туристичний бізнес, глобалізація.

Сучасні темпи світового економічного розвитку обумовлюють високу динаміку ринкових процесів у туристичному бізнесі, що вимагає посиленої уваги до процесу стратегічного планування інвестиційно-інноваційного розвитку як джерел формування конкурентних переваг. Стратегічне планування інвестиційно-інноваційного розвитку повинне включати визначення основних напрямів науково-технічної і виробничої діяльності суб'єктів туристичного бізнесу (СТБ), розробку і впровадження нового туристичного продукту; вдосконалення, диверсифікація і модифікація туристичного продукту, що виготовляється, ліквідація «застарілого» туристичного продукту, залучення у виробничу діяльність нових ресурсів та технологій, вивчення сучасних методів організації виробництва, освоєння та реалізація якісно нової моделі праці тощо. Завдяки цілеспрямованому стратегічному плануванню інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єкти туристичного бізнесу мають змогу створювати і освоювати ті новації, які можуть принести їм суттєву користь, зміцнити їх конкурентні позиції.

В умовах національної ринкової економіки діяльність суб'єктів туристичного бізнесу недостатньою мірою використовують інноваційні чинники розвитку. По-перше, це пояснюється відсутністю ефективного стратегічного планування, по-друге несприятливим інвестиційним кліматом, який обмежує фінансові ресурси туристичного бізнесу для участі в глобалізаційних процесах, що спричиняє низьку віддачу від інноваційної діяльності. Водночас досі у більшості суб'єктів туристичного бізнесу не вироблено ефективного підходу до планування стратегії їх розвитку – впровадження інновацій здійснюється в межах функціонального управління

певними виробництвами, а не з погляду загальної стратегії розвитку. В результаті обмежуються фінансові ресурси, що можуть бути спрямовані на створення та реалізацію інновацій, звужується спектр інноваційних можливостей суб'єктів туристичного бізнесу, неповною мірою використовується їх інноваційний потенціал, що в кінцевому результаті приводить до низької віддачі.

Ключовою проблемою стратегічного планування є проблема розробки такої стратегії, яка найточніше відповідатиме не тільки сучасним потребам, але і майбутнім глобалізаційним викликам, тобто заснована на про активному підході до розробки стратегій, а отже – всебічному використанні інновацій [1].

На підставі сучасних досліджень визначено, що стратегічне планування інвестиційно-інноваційного розвитку туристичного бізнесу повинно формувати базову складову загальної стратегії розвитку суб'єктів туристичного бізнесу; вона має формуватися з огляду на ту роль, яку повинні відігравати інвестиції та інновації у досягненні його стратегічних цілей. Сучасними пріоритетами для розвитку туристичного бізнесу є ті інвестиції та інновації, необхідність яких підтверджують результати маркетингових досліджень, які повинні включати:

- дослідження і моніторинг туристичного ринку та його суб'єктів (дії споживачів, конкурентів, партнерів, посередників, контактних аудиторій, аналіз та прогнозування кон'юнктури ринку);
- оцінка конкурентних позицій СТБ на ринку й на її основі розробка пропозицій щодо ефективізації розвитку туристичного бізнесу;
- розробка рекомендацій щодо ефективізації цінової, реалізаційної та комунікаційної політики СТБ на основі моніторингу ринку;
- прогнозування реалізації туристичного продукту підприємствами.

Маркетинговий моніторинг має доволі велику залежну здатність СТБ реалізувати на ньому продукт своєї діяльності від того, наскільки точно враховані вимоги туристичного ринку при його створенні.

Дослідження маркетингових факторів розвитку туристичного бізнесу в умовах глобалізації мають давати відповідь на запитання: який туристичний продукт може бути сприйнятий споживачами позитивно. Для цього, перш за все, необхідно визначити найважливіші, з точки зору новизни та інновацій, характеристики туристичного продукту і оцінити потенційні можливості суб'єктів туристичного бізнесу щодо їх досягнення.

Сьогодні існує цілий ряд узагальнюючих пропозицій у вигляді програм щодо інвестиційно-інноваційного розвитку туристичного бізнесу, які дають можливість структурувати процес оцінки комерційної привабливості інвестиційно-інноваційної ідеї з погляду ринкових перспектив. Проте, в режимі реального часу СТБ майже неможливо інтерпретувати їх в основу прийняття рішень щодо вибору типу загальної інвестиційно-інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу.

У стратегічному плануванні інвестиційно-інноваційного розвитку туризму уся увага вищої ланки менеджменту СТБ повинна бути направлена на вдосконалення системи стратегічного планування інвестиційно-інноваційної діяльності, що повинна формуватись разом із інвестиційно-інноваційною політикою, шляхом постійного моніторингу економічної сутності інвестиційно-інноваційної політики суб'єктів туристичного бізнесу, що формує цілі і умови здійснення ним інвестиційно-інноваційного розвитку в умовах глобалізаційних процесів.

Інвестиційно-інноваційна політика повинна створювати сприятливі умови для плідної інвестиційно-інноваційної діяльності у контексті її стратегічного планування. Стратегічне планування інвестиційно-інноваційної політики СТБ регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої та економічної діяльності у процесі реалізації різного роду новинок та нововведень, що можна визначити певними нормами та правилами управління інвестиційно-інноваційною політикою у вигляді «Програми» (рис. 1):

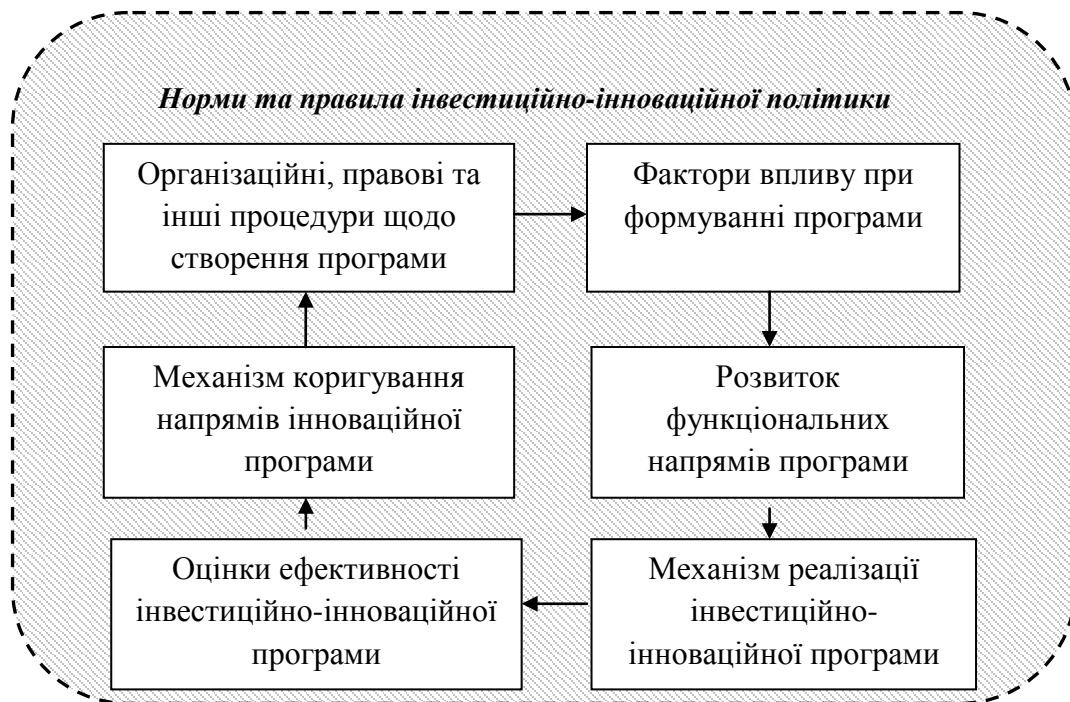


Рис. 1. Норми та правила управління інвестиційно-інноваційною політикою

Підвищення ефективності реалізації інвестиційно-інноваційної політики спрямованої на розвиток туристичного бізнесу можливе за умови створення у СТБ свого роду координаційного, інформаційного центру, який діятиме за принципом міжфункціональної взаємодії. Сьогодні першочергово необхідно здійснити структурні зміни у діяльності СТБ, які полягають у виокремленні зазначеної структурної ланки (менеджерів) яка займатиметься питаннями планування, створення і ефективного використання інвестиційно-інноваційного розвитку.

Стратегічне планування інвестиційно-інноваційного розвитку має бути як один організм, як нероздільний та невід'ємний елемент організаційної структури СТБ. Рациональне стратегічне планування менеджерами інвестиційно-інноваційного розвитку дає можливість СТБ мобільно реагувати зміни зовнішнього середовища та виконувати функції планування подальших інноваційних змін. Це дає можливість самим СТБ володіти підвищеною сприйнятливістю до інвестицій та інновацій, забезпечувати узгодження етапів процесу створення нових туристичних продуктів, надаючи йому певну гнучкість та маневреність.

Список використаних джерел

1. Михальчик С.О. Стратегічне планування в реалізації інновацій на підприємстві [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe

Bigus M.M.

STRATEGIC PLANNING OF INVESTMENT AND INNOVATION DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The main reasons that require increased attention to the strategic planning of investment and innovation development as sources of competitive advantages of tourism business (STB) in the context of globalization. Outlined the problems of the national economy that are inhibiting investment and innovation process development of tourism. Determined that the strategic planning of investment and innovation development of tourist industry should form a core component of the overall strategy of the development of tourism. It is noted that the priority for the development of STB should these investments and innovation, which confirms the need for market research.

Key words. *Strategic planning, investment and innovation development, market research, tourism, globalization.*

ІННОВАЦІЙНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ І ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Анотація. Проаналізовано сучасну структуру економіки України і її перехід до інноваційного соціально-економічного розвитку. Обґрунтовано пріоритетність інвестування у людський капітал, як головного чинника розбудови інноваційної економіки. Виявлено позитивну тенденцію до змін структури економіки на користь сфери послуг.

Ключові слова: структура національної економіки, інноваційний розвиток, стратегія соціальної політики, глобальна економіка знань, сфера послуг, людський капітал.

Науково-технічний прогрес спрямовує перехід до майбутньої соціально-економічної системи, головним фактором якої є розвиток самої людини і її кваліфікованої творчої праці. Адже сьогодні центральною проблемою української економіки є повне відтворення економічного і науково-технічного потенціалу країни на ефективній основі, що має забезпечити стале економічне зростання та добробут людей. Вітчизняні вчені акцентують увагу на важливості оптимального співвідношення функцій держави й ринку і їх взаємодій, без яких поступальних рух суспільства є неможливим. Розв'язання багатьох суспільних проблем можливе за умови гармонізації функцій держави й ринку на нових основах.

Сьогодні стратегія інноваційного розвитку «Інноваційна Україна 2020» передбачає радикальні зміни в парадигмі розвитку України [1]. Її мета – інноваційний розвиток в умовах подальшої інтеграції України у світовий економічний і науково-технологічний простір. Інноваційні економіки найбільш успішних країн створюються і функціонують, спираючись на наявність таких фундаментальних умов: – підприємців; – висококонкурентного середовища; – розвинутої науки; – фінансових інститутів та фінансових ресурсів; – інноваційної інфраструктури та ін.

Найбільш важливими є дві перші умови. Якщо підприємців у країні немає, або їх дуже мало, то ніякі комбінації інших чинників не можуть активізувати інноваційну діяльність. Значна увага має приділятися активізації населення до підприємницької діяльності і наданню їх соціальних послуг. На думку Е. Гідденс, основною стратегією соціальної політики повинно бути «... інвестування в людський капітал у всіх напрямках, де це тільки можливо, замість прямого надання економічної підтримки. На місце держави загального добробуту ми маємо помістити соціальну інвестиційну державу» [2].

Інвестування спрямовується у професійну підготовку, сприяння зайнятості дорослого населення, забезпечення мобільності на ринку праці та інституціоналізації послуг для.

До вашої уваги подаємо стан демографічної ситуації в Україні (2016 р.) (рис. 1.)



Рис. 1. Україна: демографічна ситуація – 2016

На загальноєвропейському рівні посилена увага до соціальної політики як стратегії інвестування і досягнення інтеграції соціальних і економічних завдань була відображена в Амстердамській угоді 1990 р. і отримала подальший розвиток у Лісабонській стратегії 2000 р. [3].

Лісабонська стратегія декларує, що загальна мета сучасної державної політики полягає в розбудові конкурентоспроможної та всеохоплюючої економіки, що ґрунтується на знаннях, і державна політика має бути реформована таким чином, щоб стратегія економічного і соціального розвитку, а також політика зайнятості відповідали одна одній та мали позитивний кумулятивний ефект. Відповідно до цього підходу інвестування «в людей» та розвиток активних і динамічних режимів загального добробуту вважають критичним як з точки зору забезпечення гідного місця Європи у глобальній економіці знань, так і у зв'язку з попередженням загострення проблем безробіття, бідності та соціального виключення в умовах становлення нового типу економіки. Люди стають головним активом Європи в розбудові нової економіки. Підхід активізації соціальної політики спрямований на інтеграцію всього населення до ринку праці, отже на підвищення чисельності «продуктивного населення». В такий спосіб вони не лише заробляють гроші, а і стають громадянами, які мають відчуття самоповаги, працюють, сплачують податки і сприяють економічному розвитку своєї держави.

Сімейна політика й освіта належать до найважливіших пріоритетів соціального інвестування. Ті затрати, що не продукують економічної вигоди, вважають споживчими (табл. 1.)

Таблиця 1.

Затрати споживання versus соціальні інвестиції

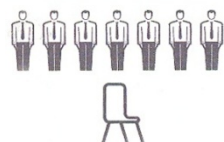
Складові соціальної політики	Затрати споживання	Соціальні інвестиції
Політика ринку праці	Пасивна політика: грошові виплати безробітним	Активна політика: професійна підготовка і перепідготовка, працевлаштування, професійна орієнтація
Пенсійна система	Соціальні пенсії	Пенсії, прив'язані до попередніх заробітків
Соціальний захист	Адресна соціальна допомога: грошові виплати і допомога в натуральній формі	Допомога сім'ям із дітьми: оплачувані відпустки з догляду за дітьми, соціальні послуги сім'ям (дошкільні дитячі заклади, соціальний патронаж, консультативна допомога тощо)
Освіта		Фінансування всіх освітніх рівнів, особлива увага – початковій та дошкільній освіті
Охорона здоров'я	Компенсаційні заходи	Превентивні заходи
Житлова політика	Субсидування житлово-комунальних послуг	Програми сприяння житловому будівництву, особливо для молодих сімей

Для успішного розгортання інноваційних перетворень в економіці повинні бути представлені суб'єкти інноваційної поведінки (підприємці), а також існувати конкурентне бізнес-середовище, яке стимулює таку поведінку, тобто необхідними є перші дві умови з наведеного переліку.

Україна: які виклики у 2016 році відчули професіонали та студенти



74% студентів не можуть знайти роботу через відсутність досвіду роботи



47% кандидатів скаржаться на обмежену кількість вакансій за фахом



31% студентів та
41% кандидатів з досвідом роботи невдоволені запропонованими умовами праці

Україна: кандидати готові до переїзду за кордон

Готовність кандидатів до переїзду за кордон з метою працевлаштування

2015 vs 2016



кандидати з досвідом роботи

85%

84%



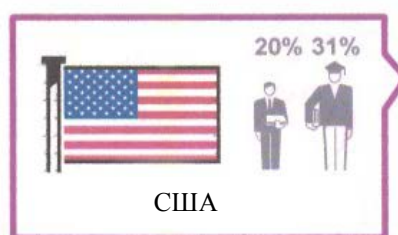
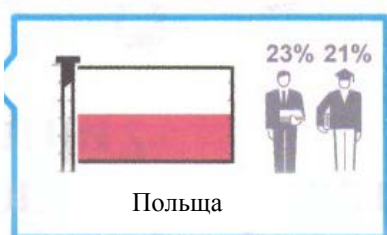
студенти

85%

80%

Бажані напрямки трудової міграції за кордон

Топ-напрямок
досвідчених
кандидатів



Топ-напрямок
студентів



Джерело: ЕУ, Дослідження «Найкращий роботодавець» проведене за активної підтримки компанії HeadHunter, 2016

Крім добре підготовлених підприємців має бути особлива атмосфера довіри до фондового ринку. Важливу роль в будівництві української інноваційної економіки відводиться фінансуванню нових проектів у

високорентабельних галузях.

У глобальному світі науково-технічні результати легко долають національні кордони, і бізнес (у першу чергу високотехнологічний) може вільно переносити знання з країни до країни у матеріальній чи нематеріальній формах. Наявність власної науки світового рівня для цього є не обов'язковою. А якщо країна претендує на лідируючі позиції з тих чи інших напрямів економічної діяльності, то розвиток власної фундаментальної науки і «високих» технологій стає необхідною умовою.

Для розуміння ключового моменту успішної інноваційної модернізації суспільно-економічної системи слід згадати висловлювання видатного інноваційного менеджера сучасності Лі Якокка, який казав, що «Центральним елементом усієї нашої демократії є робітник, який заробляє 15 дол. на годину. Це саме та людина, що купує дім, автомобіль і холодильник. Саме він являє собою паливе, яке приводить до руху мотор економіки» [4].

Отже, 15 дол. на годину – це у 70-ті роки минулого століття. Сьогодні середня погодинна заробітна плата штатного працівника в Україні складає лише 0,96 дол. і за цим показником ми посідаємо останнє місце серед усіх європейських країн.

Україні потрібен різкий поворот до політики регульованої ринкової економіки. Наприклад, більшість розвинутих країн і країн, що розвиваються, використовують модель змішаної економіки. Помітно посилюється роль державного управління в Європі та Америці.

Для нової економічної системи мають бути збережені та розвинуті: соціальна захищеність; право на працю; освіту; охорону здоров'я, відпочинок; довгострокове стратегічне планування (прогноз); вирівнювання в розвитку регіонів; визначення пріоритетів інноваційного розвитку тощо.

Принагідно хочу акцентувати, що в нашому Західному регіоні при любых підходах економічного зростання, пріоритетним буде розвиток туризму і всієї сфери послуг. В Україні простежується позитивна тенденція до зміни структури економіки на користь сфери послуг, яка за період 2000–2014 рр. зросла з 39,8% до 54,1% ВВП. А частка зайнятих у цій сфері досягла до 62,7% [5]. Така тенденція сприяє розбудові постіндустріального суспільства. З огляду на це, зростає потреба розгляду підвищення рівня розвитку людського капіталу як критерію структуризації національної економіки у напрямі забезпечення її інноваційності та надання їй рис економіки знань. Це дасть змогу надалі відтворити в Україні структурі зміни згідно вимог сучасного цивілізаційного розвитку.

Список літератури

1. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / [за ред. В. М. Гейця та ін.]. – К., 2015. – 336 с.
2. Giddens A. The Third Way: The Renewal of Social Democracy, Cambridge: Polity Press, 1998. – P. 9.

3. Benchmarking the Lisbon Strategy, European Central Bank // Occasional Paper Series. – 2008. – June. – № 85.
4. Якокка Л., Новак І. Кар'єра менеджера; [пер. с англ.]. – Мн.: ООО «Попурри», 2002. – 416 с.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Bochan I.O.

THE INNOVATION OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE: ADVANTAGES AND PROBLEMATIC ASPECTS

Summary. The author analyses current structure of Ukraine's economy and its transition to an innovative socio-economic development. The priority of investment in human capital as the main factor of the innovative economy development is highlighted. The positive tendency towards changes in the economic structure in favor of hospitality industry is determined.

Keywords: *structure of national economy, innovative development, strategy of social policy, the global economy of knowledge, hospitality industry, human capital.*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано стан та динаміку показників туристичної галузі, а саме тенденції внутрішнього, в'їзного та виїзного туристичного потоку України за напрямками та метою відвідувань; кількість реалізованих путівок суб'єктами туристичної діяльності та доходи від їх реалізації. Показані перспективи розвитку туристичної галузі в Україні.

Ключові слова : туристична діяльність, туристична індустрія, туристичні потоки, туристична галузь, внутрішній туризм, в'їзний туризм, виїзний туризм, суб'єкти туристичної діяльності, доходи від туризму.

Вступ. Туристичний бізнес став однією з найбільш динамічних галузей, що швидко набирає темпи у господарській діяльності країн світу. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), на її частку припадає 5% світового ВВП, 6% від загального обсягу експорту. Експерти відзначають, що в 2015 році попит на міжнародні подорожі був стабільним навіть на фоні сильних коливань курсів валют, падіння цін на нафту та інші сировинні продукти. Показники міжнародного туризму в динаміці у 2015 р. для країн Близького Сходу зросли на 3%, у африканських країнах – знизились на 3%, а найвищі темпи розвитку туризму спостерігалися в країнах Європи, Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Північної та Південної Америки і склали в середньому 5% [4 с. 16-17].

Туризм робить величезний вплив на такі сектори господарства, як транспорт, зв'язок, торгівлю, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання. Туристична індустрія сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць покращенню соціально - економічних показників території де вона розвивається. Її визначальна роль полягає не тільки у фінансовому вкладі, а і у стимулюванні інших супутніх галузей, які виконують як допоміжну так і самостійну функції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження розвитку туристичної сфери в Україні висвітлюється в працях О.О. Бейдика, Л.С. Гринів, В.Г. Гуляєва, М.І. Долішнього, В. Ф. Кифяка, В.С. Кравціва, М.П. Мальської, О.І. Мілашовської, М.П. Афанасьєв, О.О. Любіцева, В.Ф. Кифяка.

Проте, незважаючи на велику кількість публікацій, в науковій літературі як зарубіжній так і вітчизняній відсутні дослідження, що дають достатньо глибокий аналіз туристичної діяльності України та характеристику сучасних тенденцій її розвитку.

Мета статті полягає в аналізі сучасного стану та динаміки показників туристичної галузі, тенденцій та перспектив його подальшого розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм є головним джерелом надходжень до державного бюджету різних країн світу. В Україні туристичній галузі не надається особливої уваги з боку держави, її пріоритет значно нижчий за інші розвинуті країни-лідери у туристичному бізнесі. Але вона має величезний природний, різноманітний етнографічний, багатий історичний потенціал. Тільки курортні та рекреаційні території займають біля 17% території. Для розвитку туризму Україна також має вигідне географічне розташування, наявність величезної кількості культурних та природних заповідників, відносно невелику, але розвинену туристичну інфраструктуру [3].

Кількість міжнародних туристичних відвідувань України за прогнозами у 2030 році зросте до 1,8 мільярда. Тобто ми маємо велику, перспективну галузь, яка повинна розвиватися швидкими темпами, з метою прийняття в Україні частину цього світового потоку туристів та забезпечити їм належний рівень послуг [6].

Аналіз динаміки видів та структури туризму за 2011-2015 рр. показує, що в Україні найбільша питома вага припадає на виїзний туризм і його динаміка у структурі туристичних потоків зростає (*таблиця 1*).

Таблиця 1

Види та структура туризму в Україні за 2011-2015 рр.

Види туризму	2011		2012		2013		2014		2015	
	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %
в'їзний	234271	10,6	270064	9,0	137237	4,4	17070	0,7	15159	0,8
виїзний	1250068	56,9	1956662	65,2	2482375	78,6	2085273	86,0	1647390	81,6
внутрішній	715638	32,5	773970	25,8	537546	17,0	322746	13,3	357027	17,6
Усього	2199977	100	3000696	100	3157158	100	2425089	100	2019576	100

[5]

Станом на 2013 рік кількість виїзних туристів зросла на 98,6 % порівняно з 2011 роком, однак подальший аналіз демонструє спадну динаміку. Цей процес викликаний чинниками економічного та соціально-політичного характеру.

Значну частку у структурі туристичних потоків займає внутрішній туризм. Питома вага внутрішнього туризму залишається відносно стабільною. Однак у порівнянні з 2012 роком внутрішні туристичні потоки 2015 року зменшились майже вдвічі. Незначну частину у структурі туристичних потоків займає в'їзний туризм, питома вага якого скоротилася з 10,6% у 2011 році до 0,8% у 2015 році.

Дослідження мотивації туристичних подорожей показало, що у 2015 році близько 85 зі 100 туристів за мету поїздки мали дозвілля та відпочинок.

Така ж тенденція зберігалась протягом періоду, що аналізується. Незначну питому вагу займають туристи з метою службових та ділових поїздок (9,09%). Решта туристів відвідують Україну з метою лікування, участі в спортивному та спеціалізованому туризмі (таблиця 2).

Таблиця 2

Розподіл туристів України за метою поїздки за 2011-2015 рр.

Мета поїздки	2011		2012		2013		2014		2015	
	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %	Кількість туристів	Питома вага, %
Службова, ділова, навчання	96935	4,4	188474	6,2	190123	6,0	149313	6,2	183656	9,09
Дозвілля, відпочинок	1658122	75,3	2594785	86,47	2746420	86,9	2232812	92,1	1702940	84,32
Лікування	173092	7,8	142126	4,7	68291	2,1	29177	1,2	36439	1,8
Спортивний туризм	47475	2,1	65246	2,1	49495	1,5	3281	0,1	2856	0,141
Спеціалізований туризм	3843	0,2	8549	0,2	9763	0,3	272	0,01	1225	0,06
Інші	20507	0,9	11516	0,3	93066	2,9	10234	0,39	92460	4,57
Усього	2199977	100	3000696	100	3157168	100	2425089	100	2019576	100

[5].

Аналіз ринку праці туристичної індустрії свідчить про зацікавленість ринку у підготовці кваліфікованих фахівців (таблиця 3).

Таблиця 3

Кількість суб'єктів туристичної діяльності в 2015 році

Види туризму	2011		2012		2013		2014		2015	
	Кількість суб'єктів	Питома вага, %	Кількість суб'єктів	Питома вага, %	Кількість суб'єктів	Питома вага, %	Кількість суб'єктів	Питома вага, %	Кількість суб'єктів	Питома вага, %
юридичні особи	2442	51	2880	54	2586	51	2198	57	1785	56
фізичні особи	2351	49	2466	46	2485	49	1687	43	1397	44
Всього по Україні	4793	100	5346	100	5071	100	3885	100	3182	100

[5].

Кількісний аналіз суб'єктів підприємницької діяльності в галузі туризму за аналізований період свідчить про його негативну динаміку. Порівняно з 2012 роком загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності скоротилась з 5346 до 3182 (на 33,6%).

Проаналізуємо кількість реалізованих путівок суб'єктами туристичної діяльності (Таблиця 4) і доходи, які отримані суб'єктами туристичної діяльності (таблиця 5).

Таблиця 4

Кількість реалізованих туристичних путівок в Україні за 2011-2015 рр

Види туризму	2011	2012	2013	2014	2015
внутрішній	613731	253166	338180	196941	156308
виїзний	1590214	648757	733756	545171	530218
в'їзний	331820	145217	142318	11396	6173
всього по Україні	2535765	1047140	1214254	753508	692699

[5].

Аналіз динаміки реалізованих туристичних путівок засвідчує негативну динаміку. Найбільшу кількість туристичних путівок було реалізовано в 2011 році - 2535765. Однак, за аналізований період кількість реалізованих путівок зменшилась на 72,7%.

Таблиця 5

Доходи суб'єктів туристичної діяльності України в 2015р.

Регіони	Усього суб'єктів		Доходи від надання туристичних послуг		
			Усього		у середньому на одне підприємство (тис. грн.)
	одиниць	%	тис. грн.	%	
Україна в цілому	3182	100,0	4797731,6	100,0	1505,89
у т.ч. Київ	888	27,9	4010320,4	83,6	4516,13
Одеська область	245	7,7	176891,8	3,7	722,01
Львівська	221	6,9	177567,8	3,7	803,47
Дніпропетровська	294	9,2	19903,3	0,4	67,70
Харківська	264	8,3	19495,7	0,4	73,85
Запорізька	140	4,4	9043,3	0,2	64,60
Чернівецька	65	2,0	12035,1	0,3	185,15
Івано-Франківська	83	2,6	260757,2	5,4	3141,65
Полтавська	91	2,9	2030,8	0,04	22 32
Київська	90	2,8	6981,5	0,1	77,57

[5]

Дані таблиці 5 свідчать про значну розбіжність структури отриманих доходів за регіонами. Так, при невеликій різниці у кількості суб'єктів туристичної діяльності в Івано-Франківській (83) і Полтавській областях (91) дохід на одне підприємство в Івано-Франківській в 140 разів більший. Така ситуація йде в протиріччя з унікальними рекреаційно-туристичними ресурсами України.

Найбільшою популярністю серед громадян України щодо вибору місця туристичних мандрювань користуються Австрія, Білорусь, Болгарія, Чехія, Греція, Ізраїль, Польща, Румунія, Російська Федерація, Об'єднані Арабські Емірати, Туреччина і Єгипет. Починаючи з 2012 р. кількість туристів, які виїжджають до таких країн, як Китай, Хорватія, Франція, Німеччина, Угорщина та Італія значно скоротилася. Практично не є цікавими для українських туристів країни Азії, Близького сходу та СНД [5].

Якщо розглянути динаміку показників привабливості України як туристичної держави для іноземних громадян, то можна зробити висновки, що основними споживачами туристського продукту є Білорусь, Польща, Росія, США, Велика Британія і Туреччина.

За результатами експертно-статистичної оцінки найпривабливішими областями України були наступні регіони: Крим, Одеська, Запорізька та Львівської області [1]. З втратою Криму економіка України, зокрема туристична галузь, понесла досить вагомі втрати, як наслідок матимуть негативні результати і супутні галузі.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Україна має всі потенційні можливості для розвитку туристичної галузі як у напрямку відпочинку і оздоровлення, так і у напрямку підвищення інтелектуальних можливостей і культурного рівня людини. Все це можуть забезпечити унікальні природно-кліматичні, історичні, культурні та етнографічні ресурси.

Проте, на сучасному етапі туристична галузь України знаходиться під впливом великої кількості негативних чинників, особливо це стосується нестабільної політичної та економічної ситуації в державі, недосконалого механізму управління з її боку. Це приводить до гальмування інвестиційного клімату, належного фінансування, налагодження міжнародних зв'язків та розвитку туристичної індустрії взагалі. Необхідно докласти усіх зусиль, щоб український туристичний ринок інтегрував в міжнародний туристичний бізнес і зайняв гідні конкурентні позиції на світовому ринку.

Література:

1. Антошкіна Л. Програмно-цільовий підхід до управління регіональним розвитком туристичної сфери / Л. Антошкіна, Д. Стеченко // Вісник ДГТБ. - 2006. - №10. - С.93 - 98.
2. Папп В.В. Розвиток інфраструктури як важливого чинника активізації туризму в регіоні / А. В. Папп // Економіка та держава. – 2015. № 9. – с. 23-27.
3. Савченко В. Ф. Роль держави у розвитку туристичної індустрії / В. Савченко, С. Стойка // Науковий вісник ЧДІЕУ. - 2013. - № 1. - С. 9 - 15.
4. Тищенко О. М. Особливості туристських кластерів як синтетичних утворень / О. Тищенко, Н. Петрова // Проблеми економіки. - 2009. - № 3. - С.24-30.
5. Туристична діяльність в Україні [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. - К.: Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство», 2016. - 76 с.
6. Ястремська О.О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму / О. О. Ястремська // Проблеми економіки. - 2013. - №1. - С.22-27.

Viter O. M. , Kylyn O.V.

STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF TOURISM IN UKRAINE

The article reveals the essence of tourism and its impact on the economy. The state and dynamics of the tourism industry, such as trends in domestic, inbound and outbound tourist flow directions and Ukraine for the purpose of visits; the number of tickets sold subjects of tourist activity and income from their sale. Showing prospects of tourism development in Ukraine.

Keywords: *tourism activity, tourism industry, tourist flows, tourism, domestic tourism, inbound tourism. outbound tourism. subjects of tourism, tourism revenues.*

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті визначено проблеми інноваційного розвитку підприємств санаторно-курортної сфери в складних умовах господарювання. Проаналізовано фінансування інноваційної діяльності в Україні, визначено джерела фінансування інноваційної діяльності. Запропоновано інноваційно-інвестиційна модель розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів.

Ключові слова: інновація, інвестиція, джерела фінансування, інноваційний розвиток, інноваційно-інвестиційна модель.

Трансформаційна економіка України, для якої характерні змінність у бізнес-середовищі та активна конкурентна боротьба, ставлять перед суб'єктами підприємницької діяльності необхідність пошуку ат оволодіння ринковими методами управління. Для успішного подолання кризових явищ у санаторно-курортній сфері України необхідне стратегічне бачення, яке відтворює сутність бізнесу і інтегруючи зусилля усіх його підрозділів спрямовує їх на досягнення кращих результатів ніж у суперників. При чому ринкова орієнтація передбачає пріоритетність смаків та уподобань споживачів, чіткий підхід до формування та вибору стратегії розвитку, що базується на інноваційних підходах.

Особливості та фактори розвитку санаторно-курортної сфери знайшли відображення у працях багатьох вчених, зокрема Багрова Н.В., Безносюка В.Д., Бережної І.В., Вельгоша Н.З., Гудзя П.В., рацьової О.Л., Поколодної М.М. [1-3, 5, 7-9] та інших. Але не зважаючи на багато досліджень даної проблематики, багато особливостей розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів залишаються ще не вивченими. Це дає підстави для подальшого дослідження даної проблематики.

Метою дослідження є виокремлення засад та механізмів формування інноваційно-інвестиційної моделі сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів.

Суб'єкти господарювання, які в своїй інноваційній діяльності орієнтуються на інноваційні рішення підпорядковують управління діяльністю стратегії інновації цінностей, зміст якої полягає у використанні нового способу мислення та новітніх стратегічних підходів до управління, за яких замість зосередження зусиль на боротьбі з конкурентами підприємств санаторно-курортної сфери створюватиме нову цінність для споживачів, що усуває фактор конкуренції, на

основі ефективного співвідношення практичності, ціни, витрат на виробництво одиниці послуги.

У визначенні інноваційного розвитку В.В.Левицького та І.Ю. Суханова наголошується, що даний вид розвитку є головним елементом і стимулом оновлення підприємства та створення передумов для формування системи стратегічного забезпечення фінансово - економічної безпеки. Вчені при визначенні сутності інноваційний розвиток акцентують увагу на основі його здійснення інновацій.

За визначенням Борисова І.С. , інноваційний розвиток підприємства сприяє зростанню вартості бізнесу, а також створенню привабливості суб'єкта на основі оцінки доходності інвестиційного проекту [1].

Таким чином, можна стверджувати, що інноваційний розвиток за своїм змістом передбачає пошук інноваційних ідей з метою оптимізації і підвищення конкурентоспроможності бізнес - процесів підприємства санаторно-курортної сфери на основі удосконалення існуючих або впровадження нових процесів у системі виробництва послуг. Створення умов для інноваційного розвитку вимагатиме від суб'єкта господарювання здійснення певних витрат, які не пов'язані зі щоденною господарською діяльністю. Тому виникає потреба у пошуку джерел фінансування інноваційної діяльності суб'єкта господарювання.

У ст.18 Закону України «Про інноваційну діяльність» серед джерел фінансування інноваційної діяльності визначено кошти держбюджету України, місцевих бюджетів, кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ, власні або залучені кошти суб'єктів інноваційної діяльності, кошти фізичних і юридичних осіб, а також інші джерела, що не суперечать законодавству України [3]. Динаміку відповідних витрат на здійснення інноваційної діяльності за період 2010-2014рр. відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка фінансування інноваційної діяльності в Україні за 2010-2014рр.[5]

Роки	Загальний обсяг інвестицій			В т.ч. за рахунок коштів:			
	Сума інвестицій, млн.грн.	Абсолютне відхилення, млн.грн.	Відносне відхилення, %	власних	держ-бюджету	іноземних інвесторів	інших джерел
2010*	8045,5	-	-	4775,2	87	2411,4	771,9
2011	14333,9	-6611,6	-78,1	7585,6	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	+3435,1	-42,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6
2013	9562,6	+1517,1	+18,9	6973,4	24,7	1253,2	1311,3
2014	7695,9	-349,6	-0,04	6540,3	344,1	138,7	672,8

*- базу порівняння обрано 2010 рік.

Отже за результатами дослідження динаміки фінансування інноваційної діяльності в Україні за 2010-2014рр, встановлено, що протягом останніх років джерелом фінансування інноваційних проектів в Україні були власні кошти підприємств. Слід відмітити, що загальна сума інвестицій за досліджувані роки суттєво знизилась на 349,6 млн.грн., при порівнянні до 2010 року. Крім того, спостерігається стрімке зниження рівня фінансування інновацій за рахунок

коштів держбюджету (лише 24,7 млн.грн., що на 83,4% нижче рівня 2011 року, або 0,26% в загальній структурі інвестицій). Аналіз показує, що обсяг іноземних інвестицій до 2013 року показує стійку динаміку до зростання, проте у 2014 році стрімко скорочується (з 1253,2 млн.грн. до 138,7 млн.грн.), а питома вага іноземних інвестицій в загальній сумі інвестицій в 2014 році склала лише 1,8%.

Інноваційний розвиток сфери туризму і курортів можливий через встановлення і підтримання рівноваги між [2]:

- збереженням природних та історико-культурних ресурсів;
- економічними інтересами, соціальними потребами та розвитком туризму;
- розвитком інновацій та підтримкою сприятливих умов для формування якісного національного туристичного продукту, який має зберігати певну автентичність та унікальність.

За таких умов ефективне використання наявного потенціалу слід забезпечити через запровадження комплексного управління туристичними ресурсами, туристичне районування, встановлення системи пріоритетів (як за видами туризму, так і територіальних), максимального рівня розвитку туризму та курортів в межах визначених територій через аналіз їх несучої ємності, гранично припустимих навантажень на об'єкти туристичних відвідувань та оцінки впливу курортної діяльності на навколишнє середовище.

Ключовим показником, що характеризує інноваційну активність в економіці та її сегментах (видах економічної діяльності), є частка інноваційно активних підприємств. Тому логічно припустити, що в умовах глобалізаційних процесів вагома роль належить державній політиці підтримки розвитку санаторно-курортної сфери, що має орієнтуватися як на вирішення соціальних проблем, так і на збільшення інноваційної активності, що безпосередньо впливатиме на підвищення якості наданих послуг. Таким чином, актуально буде запропонувати власний підхід до формування інноваційно - інвестиційної моделі розвитку санаторно-курортної сфери. Запропонована модель побудована на основі методичного підходу дослідників, та визначає рівень впливу санаторно-курортної галузі на динаміку інноваційної активності в економіці на основі запропонованого [3]:

$$\begin{cases} Z_i = x_{1i} / x_{2i} * 100 & (1), \\ \Delta Z = Z_{зв} - Z_{баз} & (2), \\ Z_{заг} = \sum Z & (3), \end{cases}$$

де Z – індекс структурних зрушень за показником i ;
 x_{1i} – значення відносного показника i в цілому по економіці;
 x_{2i} – значення відносного показника i у санаторно-курортній галузі;
 $Z_{зв}$ – узагальнений коефіцієнт структурних зрушень у звітному періоді;
 $Z_{баз}$ – узагальнений коефіцієнт структурних зрушень у базовому періоді;

Z – узагальнений коефіцієнт структурних зрушень (на основі багаторічних спостережень).

Інноваційний розвиток суб'єктів господарювання на сучасному етапі займає ключові позиції у досягненні економічної безпеки підприємств санаторно-курортної сфери, необхідною є розробка та вибір оптимальної стратегії управління розвитком суб'єкта. Інноваційні підходи до управління розвитком в умовах глобалізації особливі тим, що вони пов'язані із значним рівнем ризику та невизначеності. Необхідною є відповідна концепція управління, що охоплює різні компоненти сучасного маркетингу, менеджменту, відповідає вимогам якості з врахуванням високої динамічності ринків і складних умов господарювання.

Література.

1. Борисова И.С. Основы инновационного развития предприятий / И.С. Борисова // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2011. - №24. - с. 225-229.
2. Захарін С.В. Інноваційне забезпечення розвитку туризму і курортів / С.В. Захарін // Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки: монографія / [за ред. Л.І. Федулової]. – К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2007. – С. 295-311.
3. Столяренко А.В. Эффективность деятельности санаторно-курортного комплекса: методологические основы / А.В. Столяренко // Культура народов Причерноморья. - 2012. - №238. - С. 93-95
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 16.10.2012р.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [електронний ресурс].

Halachenko O.O.

INNOVATIVE INVESTMENT MODEL OF DEVELOPMENT OF SANATORIUM SERVICES IN THE FORMATION OF STRATEGIES AND SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH UNDER GLOBALIZATION

In the article the problems of innovative development of the enterprises of sanatorium sphere in difficult economic conditions. Analyzed the financing of innovative activity in Ukraine, sources of financing innovation. An innovation-investment model of development of spa services in the context of the strategy and implementation of sustainable economic growth with globalization.

Keywords: *innovation, investment, funding sources, innovative development, innovation and investment model.*

Гальків Любов Іванівна, д. е. н., професор
Кулиняк Ігор Ярославович, к. е. н., доцент
Національний університет "Львівська політехніка"

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано сучасний стан розвитку освітнього туризму в Україні. Здійснено аналітичний огляд та наведено порівняльний аналіз динаміки розподілу туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за службовою, діловою та навчальною метою поїздки. Наголошено на чинниках, які сприяють пожвавленню розвитку освітнього туризму в Україні.

Ключові слова: освітній туризм, суб'єкти туристичної діяльності, освітні програми, навчальні поїздки.

XXI століття ознаменувалося зміцненням ролі людського капіталу в інтенсифікації соціально-економічного поступу, за якого саме компетенції, здібності, навички, вміння, знання працівників визначають інноваційну конкурентоспроможність суспільних систем. Під впливом цього сформувалися потужні соціологічні, економічні, управлінські наукові школи, дослідження яких сфокусувалися на людському капіталі як об'єкті соціально-економічної політики постіндустріального суспільства, його пріоритетній ролі в національній економіці. Аналіз підходів до означення людського капіталу дозволив сформулювати авторську дефініцію, за якою ця категорія трактується як «особлива форма капіталу – капітального блага – як набору наявних і прихованих здібностей, навичок, задатків людини, розвиток яких вимагає тих чи інших затрат; при цьому використання носієм цього блага дозволяє задовольняти його потреби шляхом отримання віддачі; величина останньої залежить не тільки від його носія, але й від можливостей використання у конкретних просторово-часових умовах» [2, с. 5].

До невідчужуваних елементів індивідуального людського капіталу, окрім традиційних (здоров'я, трудового, організаційно-підприємницького, культурно-морального, інтелектуально-інноваційного капіталу), доцільно включати рекреаційний елемент. Рекреаційна складова людського капіталу віддзеркалює таку якість зайнятої особи, як «здатність відпочивати, правильно відновлювати своє здоров'я» [1, с. 106], котра уможливорює ефективну працееактивність.

В останні десятиліття розвиток індустрії туризму призвів до популяризації широкого спектру нових форматів надання туристичних послуг й, зокрема тих, що поєднують традиційні види туристичної діяльності з освітньою діяльністю. Відтак, активізуються наукові дослідження в царині освітнього туризму.

Аналіз новітніх публікацій вітчизняних науковців з обраної нами тематики виявив, що на тлі дослідження педагогічного потенціалу розвитку [3],

термінологічного мовного апарату [4], культурно-історичного зрізу [6], територіальних особливостей [8] не достатньо праць, які б розглядали сучасний стан розвитку освітнього туризму в Україні. З огляду на це, вважаємо за доцільне стан розвитку освітнього туризму в Україні та окреслити передумови його активізації.

Освітній туризм – це поїздка з метою одержання певної освіти. Виходячи із цього визначення, сфера освітнього туризму охоплює усі види навчання та освіти, які здійснюються поза межами постійного місця проживання. Метою освітнього туризму є одержання освіти або її доповнення у відомих освітніх центрах світу, формування людини, здатної до активної та ефективної життєдіяльності у багатонаціональному полікультурному середовищі [6, с. 102].

Злиття освіти і туризму в єдиний цілісний педагогічний феномен сприяє реалізації таких дидактичних принципів як: спрямованості навчання на реалізацію мети освіти, зв'язку теорії з практикою, свідомості й активності, доступності, наочності, систематичності і послідовності [3, с.82]. Освітній туризм трансформується в туристсько-освітню діяльність у випадку організовування турів, які за своєю змістовною спрямованістю диференціюються на загальноосвітні (носять особистісний характер, здійснюються за межами постійного місця проживання шляхом застосування інтерактивних форм і видів пізнавальної діяльності, які поєднуються з відпочинком) і професійно-орієнтовані (спрямовується на досягнення конкретно професійного/розвиваючого завдання, без отримання прибутку в місці перебування).

В історії розвитку освітнього туризму виділяють три етапи:

I етап: з античних часів до XII ст. – започаткування пізнавальних та освітніх мандрівок греків та римлян до мудреців античності, котрі славилися своїми школами (філософськими, математичними, медичними).

II етап: з XII ст. до другої половини XX ст. – становлення організованого освітнього туризму, яке пов'язане зі створенням знаменитих університетів. Опрацювання літературних джерел дозволяє виділити три різновиди освітнього (навчального) туризму:

III етап – з до другої половини XX ст. дотепер – масовий організований освітній туризм з широкою географією функціонування освітніх центрів. Цей вид туризму розвивається нині у трьох напрямках, які пов'язані з опануванням чи удосконаленням мовних навичок, навичок в ігрових видах спорту чи у певних сферах професійної діяльності (рис. 1).

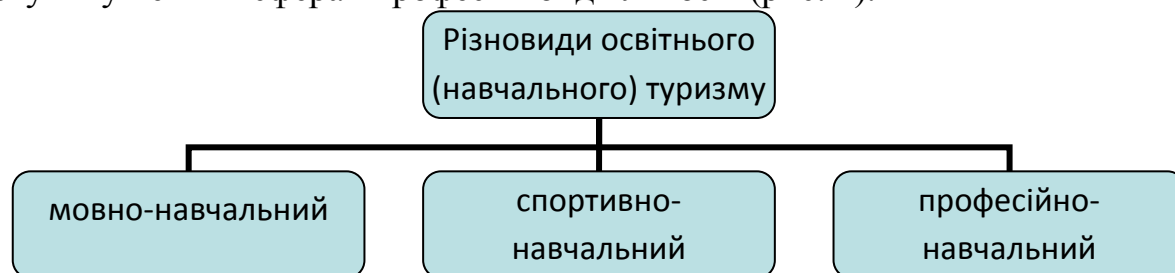


Рис. 1. Різновиди освітнього (навчального) туризму за типами навичок

Державна служба статистики України у складі туристичних потоків за метою поїздки окремо не виділяє освітньої складової. Освітній туризм включено Держстатом України у групу, яка охоплює також службові і ділові поїздки.

В Україні кількість туристів, мета поїздки яких зазначена як службова, ділова та навчання, у 2015 р. складала понад 183,6 тис. осіб (9,1% від загального обсягу потоку туристів) і посіла друге місце за популярністю (табл. 1). Ця кількість перевищила сумарну величину чисельності отримувачів послуг лікувального (36,4 тис. осіб), спортивного (2,9 тис. осіб), спеціалізованого (1,2 тис. осіб), іншого різновидів туризму (92,5 тис. осіб). Натомість він суттєво відстає від туризму, метою якого є дозвілля та відпочинок (1702,9 тис. осіб).

Таблиця 1

Частка туристів в Україні за метою поїздки у 2015 р., %

Суб'єкт туристичної індустрії	Мета поїздки					
	дозвілля, відпочинок	службова, ділова, навчання	інші	у т.ч.		
				лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм
Юридичні особи	83,2	9,9	6,9	1,6	0,1	0,1
Фізичні особи-підприємці	93,9	2,4	3,7	3,2	0,4	0
У цілому	84,3	9,1	6,6	1,8	0,1	0,1

Джерело: складено за [5]

Візуалізація динаміки кількості туристів, які зазначили мету поїздки як службову, ділову і навчання, що представлена рис. 2, свідчить загалом про зростання попиту на такого роду тури. Так, у 2015 р. щодо 2011 р. для туроператорів приріст сягнув 81,4%, , для турагентів – 110,8%, фізичних осіб-підприємців – 95,6%.



Рис. 2. Темпи приросту кількості туристів в Україні за службовою, діловою та навчальною метою поїздки, % (2011 р. =100%)
Джерело: складено за [5]

На користь зростання популярності відпочинкових поїздок у навчальних та ділових цілях в Україні свідчить той факт, що їх частка у загальній кількості туристичних подорожей зростає (рис. 3). Цей показник у 2015 р. знизився лише по юридичних особах турагентах з 13,7% до 8,0%. Проте, це зниження не сягнуло рівня 2011 р. – 4,7%. Зауважимо, що в Україні серед провайдерів аналізованого нами виду туристичних послуг домінують юридичні особи туроператори.

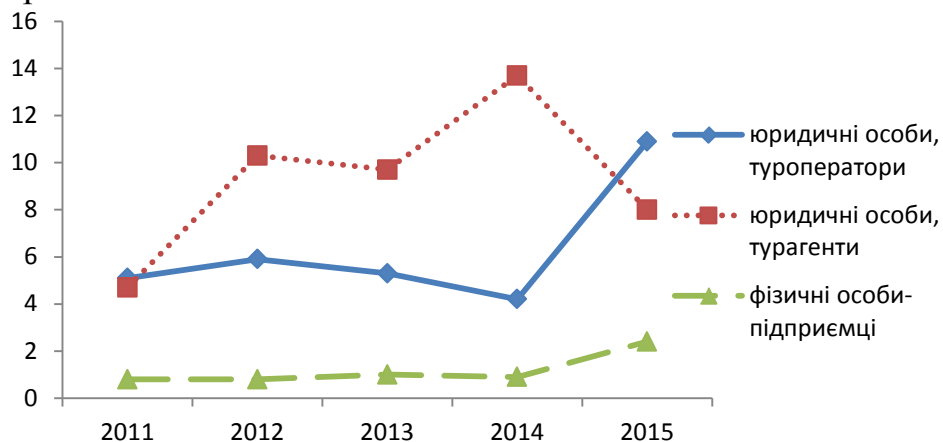


Рис. 3. Частка кількості туристів в Україні за службовою, діловою та навчальною метою поїздки у 2011-2015 рр, %
Джерело: складено за [5]

Приріст за період 2011-2015 рр. загальної кількості осіб, що подорожували у службових, ділових та навчальних цілях на 89,5% зумовлений внутрішнім потоком. Кількість аналогічних туристів з-за кордону у розрізі туроператорів, турагентів і фізичних осіб-підприємців скоротилася на 49,7%, 66,1% і 87,5% відповідно. Натомість виїзний потік цього виду туризму за досліджуваний період по юридичних особах збільшився у 3,5 раза (у тому числі по туроператорах – у 4,5 раза, по турагентах – у 2,3 раза), на тлі скорочення по фізичних особах-підприємцях –

на 21,5%. У межах ж країни українці за службовою, діловою та навчальною метою поїздки збільшили кількість придбаних турів на 53,9% у юридичних осіб (у тому числі в туроператорів – на 40,5% в турагентів – на 104,1%), у фізичних осіб-підприємців – у 2,6 раза.

В умовах закріплених демографічних деформацій, які призвели до скорочення вітчизняних абітурієнтів ВНЗ, поступове збільшення контингенту іноземних студентів може виконувати компенсаторну функцію. Системним результатом напрацювань у цьому напрямі стала розробка. ДУ “Науково-дослідного інституту соціально-трудових відносин” Міністерства соціальної політики України проекту “Концепції експортування освітніх послуг України на період з 2014 по 2020 рік”. У цьому документі зазначено, що в Україні у фаховому розрізі найбільший попит серед іноземних студентів мають медичні університети, також достатньо великим попитом користуються “інженерні” та економічні спеціальності, напрями підготовки з менеджменту і фінансів, соціальних наук та лінгвістики [7, с. 145].

В Україні збереглися традиції, сформовано кадрове забезпечення, відпрацьовані методики й здійснюється навчання іноземців. Так, у 2016/2017 навчальному році в Україні навчається понад 52 тис. іноземних студентів. Найбільша їх кількість зосереджена у вищих навчальних закладах Вінницької, Дніпропетровської, Запорізької, Одеської Харківської областей та у столиці. Потенціал вітчизняних ВНЗ у цьому руслі можна використовувати для опановування туристами з-за кордону спеціальних дисциплін, проходження наукових стажувань та участі в освітніх заходах. Розвиток таких практик буде корисним і для внутрішніх туристів.

Освітні тури в Україні також варто розвивати у рекреаційних зонах, привабливі природно-кліматичні умови та розвинута туристична інфраструктура яких слугуватимуть додатковим стимулом для «притягування» туристів. В етнографічних центрах варто розвивати туристичні послуги, які охоплюють майстер-класи, вивчення технологій виготовлення сувенірів, побутових та культових речей. Осередки екологічного туризму також варто адаптувати для додаткового отримання освітніх послуг.

Література:

1. Буковинська М. П. Оцінка людського капіталу підприємства як необхідний чинник ефективності його роботи / М. П. Буковинська // Інтелект ХХІ. – 2014. – № 2. – С. 104-110.
2. Гальків Л.І. Втрати людського капіталу та їх попередження (теорія, методологія, практика) : автореф. дис... д-ра. екон. наук : 08.00.07 / Л. І. Гальків; – Львів, 2013 – 40 с.
3. Дудка Т. Педагогічний потенціал освітнього туризму / Т. Дудка // Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія. - 2014. - Вип. 33. – С. 81-87.

4. Ляховин О. Мовний, освітній і науковий туризм: формування розвитку термінології (на матеріалі української, російської і німецької мов) / О. Ляховин // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – 2011. – Вип. 52. – С. 164-170.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Туристична діяльність в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Устименко Л. М. Освітній туризм як історико-культурне явище Л. М. Устименко // Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2014. – Вип. 15. – С. 102-108.
7. Ушенко Н. В. Тенденції студентського освітнього туризму в умовах інтернаціоналізації освіти / Н. В. Ушенко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2014. – № 5. – С. 141-147.
8. Шилкіна А. О. Освітній туризм в Австралії / А. О. Шилкіна // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 8. – С. 76-82.

Halkiv L. I., Kulyniak I. Ya.

THE CURRENT STATE OF EDUCATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

In the article the current state of educational tourism development in Ukraine is analyzed. The analytical review and comparative analysis of the distribution dynamic of tourists, which are served by tour agents and tour operators for the purpose of official, business and educational trips are given. The factors of the educational tourism development in Ukraine are emphasized.

Keywords: *educational tourism, subjects of tourist activities, educational programs, study tours.*

Гнідіна Валерія Сергіївна
студентка II курсу
спеціальності «Міжнародна економіка»
науковий керівник:
Мітюшкіна Христина Сергіївна
к.е.н., доцент кафедри економіки та МЕН
Маріупольський державний університет

ОКРЕМІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Анотація. В статті досліджено сучасний стан туристичної галузі України, визначено основні проблеми, які значно впливають на її функціонування та мають велике значення для розкриття туристичного потенціалу країни й подальшого ефективного функціонування галузі. На основі досліджень сучасних тенденцій розвитку туризму проаналізовано показники туристичної діяльності та визначено перспективи її розвитку.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, рекреаційні ресурси, природно-ресурсний потенціал, туристичні потоки, в'їзний та виїзний туризм, туристична послуга.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин. Трансформаційні процеси не могли не вплинути на розвиток наймасовішого феномену ХХІ століття, однієї з провідних сфер діяльності – туризму. Враховуючи те, що він є однією з лідируючих галузей в масштабі світового господарства і є відображенням сучасного стану економічної, політичної, демографічної, соціальної сфер життя, переважна більшість країн спрямовують всі зусилля саме на його розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку туризму як соціально-економічного явища розглядалося багатьма науковцями. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні висвітлені у публікаціях таких вчених, як В.Г. Герасименко, О.О. Любіцева, М.П. Мальська, Т.Г. Сокол та ін. Напрями та концепції розвитку туристичної галузі визначені у працях Д.Ж. Грейсона, В.А. Полякова, Л.В. Сакуна, В.К. Федоренко. Проте деякі аспекти потребують подальших розробок, що відповідно обумовлює актуальність і своєчасність обраної теми.

Постановка завдання. Основна мета статті – дослідження сучасного стану та виявлення перспектив розвитку української туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна індустрія туризму - одна з найприбутковіших галузей світового господарства. Великі обсяги валютних надходжень від туристичної галузі активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристської індустрії. Туризм впливає на економічний розвиток не лише на національному рівні, а

й зумовлює зміни в розвитку певного регіону (області) країни, видозмінюючи їх інфраструктуру, споживчий ринок, інші галузі підприємницької діяльності, навіть сьогодні - в умовах світової фінансової кризи.

Розвиток туризму збільшує кількість робочих місць, розширює торгівлю, транспортні перевезення, спонукає до розбудови нових доріг, готелів, туристичних баз, розвитку ринкових відносин та міжнародного співробітництва між країнами. За останнє століття туризм перетворився з короткочасної мандрівки у потужну високорентабельну індустрію, величезний комплекс, у якому тісно переплелися економічні і соціальні інтереси. Завдяки стрімким темпам зростання вже наприкінці минулого та на початку XXI століття туристична галузь стала лідером світової економіки. Про це свідчать показники Міжнародної туристичної організації: на частку туризму припадає близько 12% світового валового продукту, понад 30% обсягів послуг світової торгівлі, 11% світових споживчих витрат, 7% загального обсягу інвестицій та 5 % податкових надходжень. Також варто зазначити, що за останні півстоліття світовий прибуток, отриманий від туристичної галузі, виріс у 300 разів [8].

Відомий вітчизняний вчений Стафійчук В.І. в туристичному бізнесі як складової економічного комплексу країни вбачає такі властивості і функції [10]:

- має свою індустрію виробництва і надання особливих послуг туристам;
- формує туристичний продукт і реалізує його;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- виступає мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- слугує ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, а отже, є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму;
- він має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються зараз у світовому просторі.

Ці особливості є спільними для всіх видів міжнародного туризму. Залежно від різних ознак (категорій осіб, які здійснюють туристські подорожі; їхніх цілей; об'єктів, що використовуються або відвідуються, тощо) виділяють такі види туризму: молодіжний; сімейний; дитячий; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; релігійний; сільський та інші.

Фахівцями Всесвітньої туристичної організації було визначено п'ять головних видів туризму у XXI ст. [2]:

- 1) круїзи – один із найперспективніших та бурхливо зростаючих видів туризму. Якщо на початку 1980 р. кількість «круїзних» туристів складала 1,5 млн. осіб, то нині – 10 млн., і їх кількість постійно зростає;

2) Пригодницький (екстремальний) туризм, що передбачає задоволення потреб людини у випробуванні своїх можливостей в різних гострих ситуаціях. Він підрозділяється на кілька різновидів: похідні експедиції, сафарі-тури (полювання, риболовля), яхтинг (морські та річкові подорожі). Постійно зростає попит на сходження на найвищі вершини світу та екскурсії по морських глибинах;

3) культурно-пізнавальний туризм – туризм, який знайомить туриста з культурними цінностями, розширює його культурний кругозір. Зараз активно розвивається в Європі, Азії, Близькому Сході.

4) діловий туризм – набув активного розвитку нині і розвиватиметься і в майбутньому, що пов'язано зі швидкими темпами розвитку світової економіки, поглибленням політичних та економічних зв'язків між різними державами світу;

5) космічний туризм – польоти в космос або на навколоземну орбіту в розважальних чи науково-дослідних цілях, за приватні кошти. За даними американських фахівців, цей вид туризму забезпечить щорічний дохід у розмірі 10 млрд. дол. США.

Загалом, згідно прогнозів Державної туристичної адміністрації України до 2020 року доходи від туризму сягнуть 3 трлн. дол. США. В 2020 р. Європа утримає панівні позиції (44,7 % від загального числа прибутків). Азіатсько-Тихоокеанський регіон вийде на друге місце (27,3%), випередивши Америку. Лідером світового туризму за кількістю туристичних прибутків стане Китай (137,1 млн. осіб, або 8,6% в загальному світовому об'ємі), а за виїздом туристів - Німеччина (163,5 млн. осіб, або 10,2% світового об'єму) [9, с. 12 - 15].

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), туризм посідає четверте місце у світовому експорті товарів та послуг. Так за результатами 2014 року кількість між народних прибуттів туристів у світі зросла на 4,3%, тобто світова індустрія туризму забезпечила відпочинок 1133 млн. осіб та отримала доходи понад 1150 млрд. дол. Більш того на сферу туризму в світі припадає 10% світових інвестицій, кожне 11 місце у світовій зайнятості, 9% від світового ВВП [11]. Стосовно ж регіонального розподілу, слід зазначити, що вітчизняний прогноз виправдовується. За інформацією звіту ЮНВТО частка Європейського ринку в міжнародних туристських прибутках складала 51,4%, Азіатського – 23,2, Американського – 16, Африканського – 4,9.

Поряд із позитивними тенденціями туристичної індустрії, постають і негативні аспекти її функціонування, результатом яких є переміщення його розвитку із «старих» туристичних центрів (Європа, Америка) до «нових» (Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Африка). А це, відповідно, матиме істотний вплив на соціальний, економічний, політичний розвиток як країн ЄС, так і країн постсоціалістичного простору, зокрема України, яка і без того приймає незначну участь у процесах розвитку світового туристичного ринку. Тим не менш, на сьогоднішній час, міжнародний туризм в Україні

розвивається повільними темпами, проте із притаманною йому постійною динамічністю.

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається. Важливим геополітичним моментом сьогодні є і те, що до західного кордону України впритул підійшли межі Євросоюзу.

Також набуло подальшого розвитку міжнародне співробітництво: Україна поглибила контакти з Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО), Європейською туристичною комісією, Радою туризму держав-учасниць СНД та іншими організаціями. Зараз проводиться робота щодо мінімізації впливу розширення Шенгенської зони на туристичні потоки в Україну.

Членство України у Всесвітній туристській організації значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у туристичному співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку із залученням передових надбань найбільш розвинених туристичних держав світу. Зважаючи на те, що Україна є порівняно молодим членом ЮНВТО, можна з впевненістю говорити про визнання зростаючої ролі туристичного потенціалу нашої країни на світовому туристичному ринку, сприйняття нашої країни світовою спільнотою як великої європейської держави з багатими природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, потужною туристичною інфраструктурою, що має всі можливості стати туристичною державою світового рівня, в якій індустрія туризму становитиме вагомую складову бюджетних надходжень, відіграватиме провідну роль в покращенні економічного становища країни.

За даними Світового економічного форуму, у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посідає лише 78-е місце. Тому саме ця сфера залишає великі можливості для пошуків та активної діяльності.

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається.

Україна має прекрасні умови для організації відпочинку на берегах і лиманах Чорного і Азовського морів, водойм і річок, унікальні рекреаційні ресурси є також у Карпатах, Передкарпатті і Закарпатті. Води з високим вмістом органічних речовин виявлені на Прикарпатті, це два родовища типу "Нафтуся" - у Трускавці і Східниці. Можна з упевненістю сказати, що дуже

перспективним бальнеологічним курортом є Східниця. Він має великі, але не до кінця реалізовані можливості щодо розвитку курортного господарства. По-перше, необхідно звернути увагу на відносну відсутність автомобільних шляхів, не зручно, з пересадками, доводиться добиратися до місця відпочинку. По-друге, залучивши інвестиційні кошти, частку доходів від отриманих за реалізацію путівок, розширити сітку пансіонатів, турбаз, санаторіїв.

Згідно з даними, курортні та рекреаційні території в Україні становлять близько 9,1 млн. га (15%) території. Експлуатаційні запаси мінеральних вод дають змогу використовувати їх в об'ємі понад 64 тисячі кубометрів на добу. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тисяч пам'яток, з них 57206 – пам'ятки археології (418 з яких національного значення), 51364 – пам'ятки історії (142), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (44), 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3541). В Україні налічується 1230 закладів готельного господарства, які щороку обслуговують близько 4 млн. людей (17,5% із них – іноземці) [7].

Україна також має більш ніж 5 тис. закладів для відпочинку та оздоровлення туристів (табл.1) [4]. Це традиційні і перспективні санаторно-курортні і туристичні заклади з ефективними унікальними ресурсами для відпочинку і лікування міжнародного, державного та місцевого значення. Дані в таблиці 1. надані без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Таблиця 1

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади в Україні

	Санаторії та пансіонати з лікуванням	Санаторії - профілакторії	Будинки і пансіонати відпочинку	Бази та інші заклади відпочинку	Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку
	всього	всього	всього	всього	всього
1990	505	556	332	2213	15687
1991	513	568	342	2236	10521
1992	531	571	321	2135	...
1993	546	544	308	2003	7242
1994	539	520	303	1968	6249
1995	551	517	294	1862	5884
1996	545	463	286	1777	5615
1997	536	428	289	1754	5601
1998	547	416	292	1913	6904
1999	547	404	303	1961	7644
2000	549	377	266	2010	7615
2001	555	357	273	2015	8578
2002	544	334	290	1982	10890
2003	536	325	292	2005	14961
2004	531	311	302	2033	19443

2005	524	291	321	2016	18366
2006	520	277	301	1976	18238
2007	523	269	302	1934	18363
2008	518	262	302	1916	18672
2009	513	252	296	1907	17379
2010	510	234	290	1920	17342
2011	508	224	280	1947	17703
2012	484	185	286	1925	17744
2013	477	165	271	1916	18549
2014	320	118	90	1400	13977
2015	309	79	76	1399	9743

Оцінка потенціалу курортних та природних лікувальних ресурсів дає підстави розраховувати, що Україна має перспективу розвитку туристичної галузі. Ресурсна база України має унікальний туристичний потенціал, спроможний забезпечити подальший розвиток національного туристичного продукту і вихід його на міжнародні ринки.

До міжнародного туризму належать: виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни; в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території.

Динамічний розвиток в'їзного туризму в Україні значною мірою представлений туристичними потоками з найближчих країн. Так, за даними Державної служби статистики, у 2016 р. Україну відвідало 13,3 млн. осіб, при цьому більшість іноземних туристів були з найближчих країн, а саме: з Молдови – 4,3 млн. осіб; Білорусі – 1,8 млн. осіб, Росії – 1,5 млн. осіб, Угорщини – 1,3 млн. осіб, Польщі – 1,2 млн. осіб.

Значна частина українських туристів (24,7 млн. осіб) у 2016 р. також надавала перевагу виїздам до сусідніх країн. Зокрема, Польщу відвідало 10,1 млн. осіб, Росію – 3,9 млн. осіб, Угорщину – 2,9 млн. осіб, Молдову – 1,6 млн. осіб, Білорусь – 1,1 млн. осіб.

З метою дослідження тенденцій саме туристичних потоків, в аналіз обсягу виїзного та в'їзного туризму було включено лише ту частину громадян, для яких метою виїзду з країни або в'їзду був туризм.

На рис. 1 представлена помітна тенденція до зниження попиту українських туристів на відпочинок в інших країнах [4]. Основною причиною цього є високі ціни на путівки, котрі значно зросли порівняно з минулими роком через стрімку девальвацію гривні, напружена ситуація на Сході України тощо. Так, порівняно з 2011 р. обсяг потоку виїзного туризму в 2015 р. зменшився на 1 383 584 осіб. Протягом 2011–2014 рр. спостерігається зменшення туристичного потоку. 2015 р. характеризується невеликим збільшенням туристів (на 5 057 осіб більше порівняно з 2014 р.).

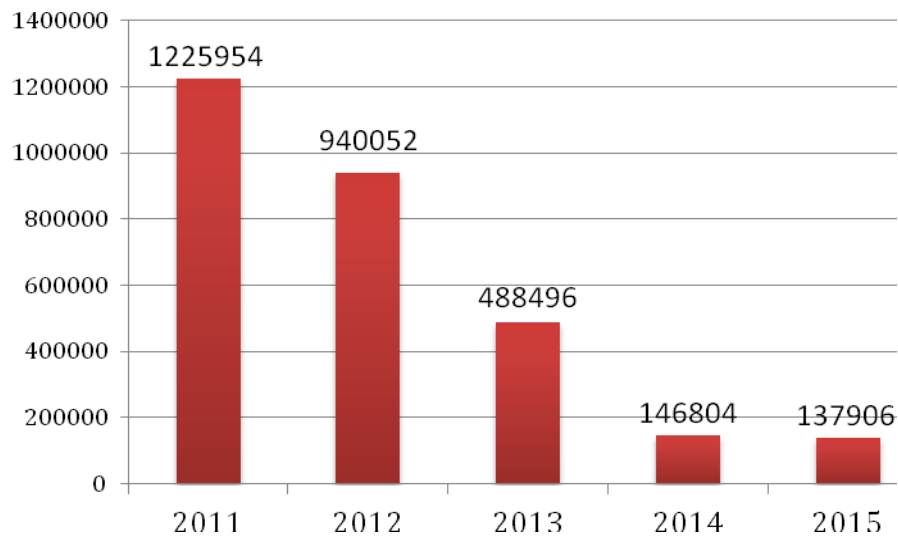


Рис. 1. Виїзд громадян України за кордон з метою організованого туризму

Динаміка в'їзного потоку туристів характеризується зменшенням частки організованого туризму (рис. 2)[4]. Порівняно з 2011 р. обсяг іноземних туристів у 2015 р. зменшився на 1 088 048 осіб. Наразі спостерігається тенденція щорічного зменшення в'їзного туристичного потоку.

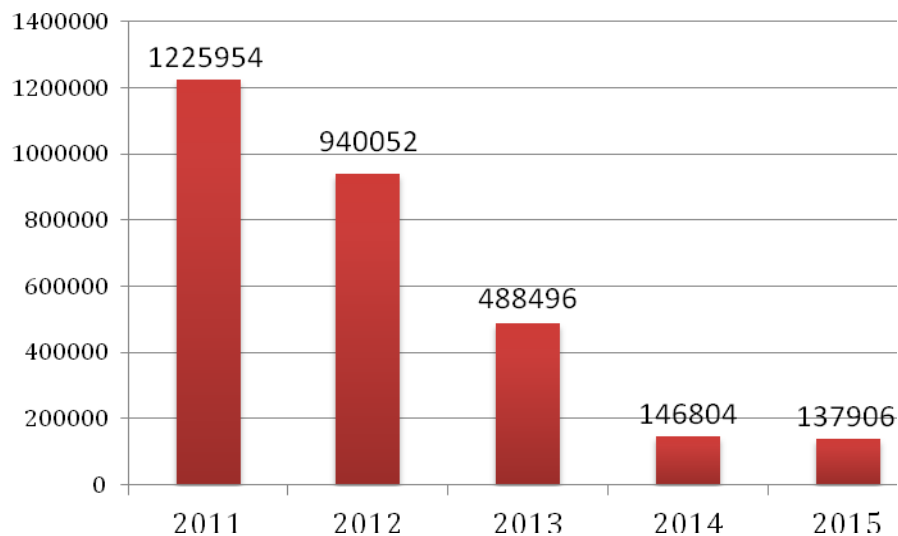


Рис. 1. В'їзд громадян України за кордон з метою організованого туризму

Наведені дані дають підстави оцінити поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму нині уповільнюється через низку негативних факторів, серед яких найгострішими залишаються:

1. Недостатній розвиток агротуристичних послуг та їх повільне просування на національному та міжнародному туристичному ринку. Збагачення та урізноманітнення відпочинкових пропозицій на селі,

підвищення рівня комфорту агроосель, посилення інформаційно-рекламної діяльності у галузі сільського туризму є сьогодні пріоритетними напрямками його розвитку. Розвиток сільського туризму дасть можливість значно збільшити приток туристів у країну без значних державних капітальних вкладень та буде стимулювати підтримку, а потім і розвиток соціальної сфери села та підприємництва та, в певному ступені, – розвиток суспільного сільськогосподарського та переробного виробництва.

2. Для іноземних туристів Україна поки що залишається досить дорогою країною. Вартість віз останнім часом зросла у 1,5-2 рази. Відтепер єдиний тариф на вартість віз такий: одноразова – 85 доларів США, дворазова – 130 доларів США, багаторазова – 200 доларів США. Саме висока вартість візи найчастіше зумовлює рішення потенційного іноземного туриста відмовитися від подорожі в Україну. Крім того, громадяни 90 країн повинні бути готові показати на українському кордоні суму грошей, еквівалентну 20 прожитковим мінімумам (на даний момент - 30880 грн.) [5].

3. Недостатній рівень сервісу у вітчизняних готелях. Більшість готелів була побудована за часів Радянського союзу - вони повинні удосконалюватися за запитами сьогодення. Наприклад, незадовільний стан номерів у готелях, відсутність кондиціонерів тощо за умови високої вартості: вартість доби проживання у 4-5 зіркових готелях України коливається в межах 1100-2100 грн. Також більшість готелів не мають спеціальних номерів для інвалідів, хоча це питання гостро стоїть в Європі та світі загалом. Процеси вдосконалення сервісу у готелях протікають дуже повільно.

4. Відсутність застосування туристичних технологій: електронних інформаційних довідників щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які надаються та незнання англійської мови нашими співвітчизниками ускладнює перебування іноземних туристів в нашій країні.

Для розвитку в'їзного туризму в країні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію його стимулювання, яка сприяла б збільшенню кількості іноземних відвідувачів, дала б змогу краще використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та допомогла б створенню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг.

Перспективи відновлення в'їзного туристичного потоку також пов'язані зі стабілізацією ситуації на сході країни, розвитком євроінтеграційних процесів, що покращить зовнішній імідж та зміцнить авторитет нашої держави на міжнародному ринку туристичних послуг.

Рада туристичних міст та регіонів розробила Стратегію розвитку туризму на 2016–2020 рр., яка передбачає [5]:

- забезпечення діяльності Національної туристичної організації;
- впровадження програми створення національної мережі туристичних брендів;

- створення інтерактивної пошарової бази даних, що включає інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни;
- розроблення державних та регіональних програм розвитку сфери туризму і курортів;
- створення і ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу Visit Ukraine, розробка, виготовлення та розповсюдження в Україні та за кордоном друкованої продукції;
- розробку механізму співпраці музеїв та природних заповідників з туроператорами;
- запровадження нових форм туристичного обслуговування;
- презентація туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах.

На даний момент розвиток міжнародного туризму в Україні можна розглядати й в контексті проведення «Євробачення-2017», що допоможе привабити іноземних відвідувачів та сприятиме розвитку туристичного бізнесу. Після успішного проведення Євро-2012 Україна отримала досвід проведення масштабних міжнародних заходів, організації прийому великої кількості іноземних відвідувачів. Такі заходи сприяють популяризації України серед туристів, дають стимул для розвитку туристичної сфери.

Ситуація, яка склалася в туристичній сфері України останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної якості. Також можна з упевненістю стверджувати, що основною проблемою в галузі туризму сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, тобто сучасний рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу.

Отже, розвиток туристичної сфери має стати тією рушійною силою, яка сприятиме репрофілюванню економіки країни, завдяки створенню нових робочих місць й загальному підвищенню обсягів наданих послуг. Впровадження заходів щодо розвитку інфраструктури туризму, відповідно, призведе до збільшення частки нематеріального сектору у господарстві країни; покращенню стану навколишнього природного середовища, завдяки екологічно безпечній діяльності підприємств галузі; розвитку комунікаційної інфраструктури, та в решті решт, підвищенню рівня добробуту населення, тобто реалізації головної мети регіональної політики країни.

На основі викладеного вище можна зробити висновок про те, що в Україні існує величезний потенціал розвитку туристичної діяльності, проте він є істотним недовикористаним національним ресурсом, що має в майбутньому стати суттєвим джерелом надходження коштів до вітчизняної економіки. Стратегічною метою розвитку сфери туризму на найближчі роки повинно стати створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, який задовольняв би потреби як вітчизняних, так і іноземних громадян в туристичних послугах, а також створював би умови для сталого розвитку туризму в Україні.

Література

1. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. Ангелко // Український соціум. – 2014. – № 2 (49). – С. 71–79.
2. Все о туризме – туристическая библиотека. - Режим доступу: <http://tourlib.net/>
3. Гук Н. А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи/ Н.А.Гук// Молодий вчений. - 2016. – випуск 7 – С. 99 - 101.
4. Державна служба статистики України / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Лукаш О.А. Проблеми розвитку туризму в Україні та напрями їх вирішення/О.А.Лукаш, І.А. Кулинич // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/26472/1/Lukash%20.pdf>
6. Мітюшкіна Х.С. Роль готельно-ресторанного господарства в підвищенні конкурентоспроможності регіонів / Х.С. Мітюшкіна // Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право. – 2013. - №2 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://jvestnik-s.donnu.edu.ua/article/view/207>
7. Розвиток туристичного бізнесу в Україні / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/bromot.htm
8. Світова туристична організація UNWTO: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
9. Стан та перспективи розвитку туризму в Україні за 2003 рік. - К.: Державна туристична адміністрація України, Науковий центр розвитку туризму, 2004. - 182 с.
10. Стафійчук В.І. Рекреалогія : [навчальний посібник] / В.І. Стафійчук. – К.: Альтер-прес, 2006. – 264 с.
11. Скарга О.О. Сучасні тенденції регіоналізації діяльності туристичних ТНК / О.О.Скарга // Глобальні та національні проблеми економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/16.pdf>

*Gnidina V.
Mityushkina C.*

SOME ASPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURISM UKRAINE

***Annotation.** This article considers the current state of the tourism industry in Ukraine, defines the key issues and factors that significantly affect its functioning and are important for disclosing the tourism potential of the country and the further effective development of the industry. Indicators of tourism activity and perspectives of its development are analyzed based on the research of modern tendencies of tourism development*

Keywords: *tourism, recreational resources, natural resource potential, tourist flows, inbound and outbound tourism, tourist service.*

СТРАТЕГІЧНІ ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ СТРУКТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

У статті пропонуються нові маркетингові підходи щодо формування структурних взаємозв'язків підприємств стратегічних галузей з метою спільного вирішення нагального завдання відродження національної економіки у складних умовах сьогодення.

Ключові слова: стратегічні галузі, «network»-підхід, промисловий маркетинг, ресурси, стратегічне управління, ефективність ЗЕД.

Характерною рисою теперішнього етапу розвитку товарного обміну є те, що торгівля все більше опосередковує інвестиційні процеси підприємств. Товарообмін все зростаючою мірою ґрунтується на довготермінових виробничих зв'язках по спеціалізації і кооперуванню виробництва, великомасштабних угодах, зі спільним фінансуванням або зі спільним спорудженням окремих об'єктів, наступним погашенням кредитів поставками продукції, яка виробляється на цьому об'єкті, а також іншими формами довготермінового співробітництва учасників цього обміну.

Потоки товарів, які реалізуються у відповідності із звичайними торговими угодами (контрактами), межують з потоками, які відображають довготермінове виробничо-інвестиційне кооперування. На світовому ринку вже давно сформувалась свого роду ярусність (багатоповерховість) товарного кругообігу. В якості основних можна виділити два поверхи товарних потоків: нижній - кон'юнктурний і верхній - стратегічний, де метою товарного обміну є реалізація довготермінового ефекту.

Чим вище ступінь спеціалізації окремих фірм, тим важливіша роль узгодження їх діяльності в системі зв'язків, які діють на ринку, передбачуваність і стабільність останніх, вирівнювання рівнів розвитку окремих господарських одиниць, що складають єдиний механізм взаємодії виробництва і споживання.

Саме тому нагальною потребою постає завдання створення ефективного механізму узгодження функціонування стратегічних щодо розвитку національної економіки галузей, що і становить мету даної статті.

Необхідність збереження і підтримки адекватного механізму взаємодії виробництва і споживання спонукали до вироблення в середині 70-х років нового підходу - "network"- підходу - для вироблення якісно нової концепції маркетингового управління.

Автори "network"- підходу - міжнародна група вчених із Західної Європи, запропонували трактувати фірму не як окрему господарську ланку, а як суб'єкта господарських зв'язків, партнера в системі взаємодіючих на ринку організацій.

Цікавим є той факт, що авторів не задовольняла попередньо розроблена теорія маркетингу з огляду на непридатність використання окремих функцій промислового маркетингу на практиці.

З певним припущенням можна вважати, що зв'язок виробник-споживач, який формувався з використанням маркетингу, деяким чином спрощував сам маркетинг до акту купівлі-продажу, на підставі чого виникала модель маркетингового комплексу і модель процесу прийняття рішення. Цікаво і парадоксально, що кінцевий споживач за таких умов виглядав пасивним суб'єктом, якого вивчали, за якого думали і, фактично, яким маніпулювали за допомогою елементів маркетингу: продукту, ціни, розподілу і просуванню. Звідси виходило, що не споживач формує і регулює ринок товарів, а талановитий менеджер-маркетолог, який розробив або вгадав вдалу комбінацію елементів маркетингового комплексу, щоб задовольнити споживача.

Вчені І. Хагг, Я. Йохансон, К. Хаммарквіст, Л. Маттсон, Х. Тореллі та інші спробували піддати аналізу не суто акт купівлі-продажу, а відносини, які виникають між продавцем і покупцем і становлять взаємодію між цими суб'єктами.

Цілком логічно, що цю взаємодію можливо дослідити на підставі одночасного аналізу параметрів обох суб'єктів: продавця і покупця.

Сумнівним виглядало і твердження щодо необмеженої кількості перших і других, швидкості їх зміни. Практика промислового маркетингу підказувала скоріше висновок щодо формування стійких структур взаємозв'язків суб'єктів, а на ринку - існування певної кооперації між постачальниками і споживачами [1, 2, 3].

Отже, новим у підході цих авторів було зміщення акценту з уявлення фірми як самостійної господарської ланки, що формує свою стратегію розвитку на підставі узгодження внутрішніх ресурсів із наявним станом зовнішнього середовища, на аналіз системи взаємодіючих фірм як єдиного ринкового утворення (структури).

Такий підхід вимагав переглянути і, можливо, інакше визначити і деякі категорії маркетингу як ринкової концепції управління, зокрема, зовнішнього середовища, стратегічного планування і управління, ефективності функціонування і т. ін.

Авторами було закладено в основу концепції маркетингової мережі аналіз фірми в системі зв'язків із зовнішніми партнерами (фірмами, окремими суб'єктами). Очевидно, що учасники зв'язків різняться, а кожний із зв'язків здійснює прямий або непрямий вплив на результат. До речі, саме наприкінці 70-х років з'явилися поняття сильних і слабких зв'язків, було встановлено, що з точки зору управління аналіз всієї системи важливіший за аналіз окремої по одиничній фірми. Вся система при цьому аналізувалася з урахуванням трьох взаємопов'язаних компонентів: учасник (фірма); ресурси; види діяльності.

Володіючи і контролюючи ресурси, учасники займаються різними

видами діяльності, що ґрунтується і здійснюється на підставі комбінування ресурсів. Постійні повтори процедур обміну між партнерами формують систему взаємовідносин, яка пов'язує ресурси і діяльність партнерів. На відміну від традиційних дискретних трансакцій, така система являє собою безперервний в часі процес [4; С. 174].

Дійсно, взаємовідносини між фірмами значно ширші за акт купівлі-продажу, адже охоплюють обмін інформацією про потреби, можливості виробничі стратегії, логістику, розвиток фірми тощо. Взаємодія у цьому випадку полягає у координації діяльності і ресурсів фірм- учасників. Досить часто ця координація відбувається таким чином, що взаємозалежні виробничий, логістичний і адміністративний різновиди діяльності і ресурси модифікуються та пристосовуються таким чином, щоб фірми найкраще відповідали одна одній. В окремих випадках це призводить до модифікації виробничої системи, самого продукту або виробничої програми.

Важливим елементом взаємовідносин є адаптація однієї або обох сторін в технічній, комерційній або соціальній областях. Вона тісно пов'язує сторони одна з одною і внаслідок цього сприяє наступній взаємодії, а головне, перешкоджає проникненню інших компаній у систему взаємовідносин, що склалася.

Утворення і розвиток системи взаємовідносин між суб'єктами мережі вимагає спільної орієнтації. При утворенні мережі відбувається процес узгодження цільових настанов різних його суб'єктів. Витиснення інтересів окремого суб'єкту мережі взаємодії може призвести до зникнення, руйнації «network»-утворення. Пошуки нового партнера для виконання тих самих функцій, побудова нової мережі пов'язані з досить значними витратами. Тому узгодження мотивацій на різних рівнях «network»-утворення становить підвалини складної взаємодії всієї структури в цілому.

В інтересах розвитку мережі суб'єкти взаємовідносин можуть мобілізувати і спільно використовувати ресурси, які контролюються окремими партнерами. Це, безперечно, посилює їх взаємозалежність. Відповідно до обмінів зв'язками, партнери займають «специфічні» позиції в мережі. Але ці позиції не є незмінними в часі, оскільки будь-який обмін ресурсами може їх видозмінити.

Повернемось до вже згадуваної необхідності уточнення ряду основних понять стратегічного управління.

Робиться це не лише із чисто теоретичних потреб, а, головним чином, щоб пристосувати інструментарій стратегічного управління до умов його сучасної практичної реалізації.

Звернемося до головного в діяльності кожної фірми - її стратегічної мети або ідеї функціонування.

У нових умовах, коли учасники мережі отримують від інших суб'єктів ресурси і виконують завдання, комбінуючи їх із власними, стратегічна ідея полягатиме у визначенні, які види діяльності повинна виконати власне фірма, а які повинні бути делеговані іншим членам мережі.

Питання делегування прав і обов'язків давно відоме українським виробникам і підприємцям з огляду на внутрішнє управління об'єктом. Згідно з цим підходом виробляється структура фірми, її основні підрозділи. Основа цьому процесу - доцільність і раціональність їх використання для найефективнішого виконання поставленого завдання.

До речі, при цьому повністю розуміється і абсолютно спокійно приймається потреба «віддати» цю частку роботи, яку не вміють зробити, або зроблять з більшими витратами чи не професійно.

Підхід «network» - утворень пропонує поширити це на випадок виконання стратегічних завдань цілих галузей або економіки регіону. Зауважимо, що делегується вид діяльності, тобто апіорі приймається, що для іншого учасника - це спеціалізація, головний спосіб існування. У разі кваліфікованого, без амбіціозного розподілу видів діяльності між учасниками утворення, загальна мережа гарантуватиме найбільший результат за найменших витрат.

До речі, цю саму ідею поєднання окремих суб'єктів з наявними перевагами у пучки або кластери заради спільного результату використовує і М. Портер при аналізі конкурентоспроможності окремих фірм, підприємств і корпорацій [5].

За таких позицій стратегічна ідея - підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) повинна вважатися такою не лише для окремого підприємства, а поєднати у мережу (створити угруповання) із фірм різних галузей, транспорту, митних і місцевих органів, головною вимогою до яких залишається професійне здійснення своєї діяльності. Оскільки кожен із учасників мережі вже пристосувався до існуючого, хоча і недосконалого Законодавства (і в окремих випадках - митні органи - непогано), постійною першочерговою вимогою залишається: виконувати свій вид діяльності.

Попередньо сказане підводить до наступного поняття стратегічного управління - "границь організації". Загалом, воно вводилося з метою відокремлення внутрішніх (ті, якими управляють) змінних по відношенню до зовнішніх (тих, якими не управляють). Якщо тепер ми розглядаємо організацію в контексті її зв'язків і за відсутності останніх не вважаємо її (організацію) за таку, а перед тим ми довели важливість зовнішніх взаємовідносин і їх впливу на формування власного обличчя організації, логічно постає проблема коректування її границь. В нових границях суттєво посилюється вплив, який здійснюють на первинні зв'язки локальної організації вторинні зв'язки. Найбільш наочно це простежується на технологічному ланцюгу взаємодії: найновітніша технологія, яка розроблена і впроваджується підрозділами локальної фірми, може принести організації додатковий прибуток, якщо буде запатентована (Інститут патентів країни) в інших країнах, де стан конкретної галузі економіки вимагає її впровадження.

У цьому ракурсі розгляд поняття зовнішнього середовища втрачає специфічне значення у формуванні стратегії управління. В реальних умовах

функціонування організацій важко визначитись, де закінчується одна з них і розпочинається інша. Підхід "network" в цьому випадку перекладає і пояснює цю розмитість таким чином: з одного боку, окремі ресурси і види діяльності, що звичайно розглядалися як внутрішні, практично не можуть контролюватися організацією; в той же час ресурси і види діяльності, що раніше вважалися зовнішніми, насправді становлять невід'ємну частину самої організації, підпадають під її вплив і контроль.

Спробуємо проілюструвати це на чи не найбільш болючішому питанні нашої економіки - закритті шахт і підвищенні ефективності роботи тих з них, що залишаються працювати.

Залишаючи осторонь питання конкурентоспроможності українського вугілля як такого, умов та обладнання щодо його видобутку, не можна не зачепити питання його транспортування. Отже, залізниця, як партнер, в "network"- утворенні, і вона, якій вугільники заборгували за доставку своєї продукції. Можливо парадоксально, але саме залізниця з її транспортними засобами в змозі впливати на внутрішні ресурси і діяльність шахт. Надаючи додаткові вагони, залізниця впливає на ситуацію у шахтарському регіоні.

З іншого боку, власні внутрішні, на перший погляд, ресурси - додаткові вагони - залізниця зможе використати, якщо вирішить власні проблеми з енергоресурсами. Останні можливо збільшити за рахунок ТЕЦ, які тепер набувають чинника контролера, але в стані скористатися ним за умов безперебійного постачання зовнішніх для них ресурсів - вугілля. Коло замкнеться, якщо пригадати, що шахтам для здійснення своєї діяльності так само потрібна електроенергія.

Логічне "network"-утворення - шахти, залізниця, ТЕЦ - за умов правильного визначення стратегічної ідеї - припинити спад виробництва - і чіткого окреслення, хто що робить (вид діяльності), дозволила б припинити такий "розрахунок-фарс", як взаємне зарахування боргів.

Таке розуміння зовнішнього середовища, з точки зору нашої трансформаційної економіки, має ще один, моральний аспект. Знімається питання скритих, невиявлених ресурсів щодо окремої галузі або організації. В умовах "network"-утворення ці, так звані, приховані (на даний час працюючі на окремих персоналіях або злочинні угруповання) ресурси перетворюються на явні, які, як зазначалося вище, будуть разом використовуватись взаємозалежними партнерами.

Нарешті, центральне питання стратегічного управління бізнесом - ефективність організації. В минулому її розумінні ефективність, головним чином, спиралася на внутрішні резерви (технологічні, технічні, організаційні, інформаційні, економічні) і базувалася на співставленні витрат і результатів. В цьому випадку процес стратегічного планування являв собою діяльність певної групи управляючих, до функцій якої належали формування цілей організації, інтерпретація зовнішнього середовища, визначення стратегії і адаптація організації до можливостей реалізації обраної стратегічної лінії.

Згідно "network"-моделі цей підхід до ефективного управління

організацією принципово змінюється. Головною ланкою, яка визначає ефективність і конструює стратегію управління, стає взаємозв'язок, що передбачає інтерактивність поведінки організації.

Іншими словами, управління організацією вимагає зміщення акценту від розміщення і структурування власних внутрішніх ресурсів до використання видів діяльності і ресурсів партнерів, що і визначає ефективність організації.

Отже, загальновідоме "скажи, хто твої друзі, і я скажу, хто ти" в умовах бізнесу визначається іміджем фірм-партнерів, їх прагматичною підборкою, легітимністю зв'язків, а в кінцевому випадку, саме і складає цивілізований бізнес.

Відмітимо ще деякі нюанси. З визначення ефективності організації, найбільш кидається в очі намагання скористатись усіма ресурсами партнера (вид його діяльності можливо характеризувати людськими ресурсами певної спеціалізації). Фірма вдається до цих зв'язків не з огляду на економію власних ресурсів (за М. Портером - "наявних переваг"), а з метою їх підсилення ("підтримуючі" ланцюги в кластері М. Портера). Тому визначений і встановлений зв'язок дійсно "включає" партнерів у спільну мережу. При цьому організатор цього взаємозв'язку, обираючи партнерів, тим самим визначає їх рейтинг ("відбраковує" некомпетентних і нехтує непотрібними). В межах окремої галузі цей підхід допомагає формувати лідера, раціоналізувати необхідну кількість фірм, коректувати спеціалізацію. З огляду на міжгалузеві зв'язки і проблему підвищення конкурентоспроможності економіки в цілому, це дозволить виявити недоречність окремих структур і потребу в інших. При цьому роль і зміст маркетингу полягатиме у виконанні функції узгодження діяльності різних організацій і відомств в системі (мережі) їх взаємодії, а сам маркетинг перетвориться на концепцію управління всією мережею.

Останній аспект, який не завадило б окреслити, потребує цього з огляду на позитивне намагання сформувати в Україні цивілізовану ринкову економіку і створити дієве конкурентне середовище.

Справа в тім, що розподіл праці (видів діяльності) і наступний обмін ресурсами між членами-партнерами мережі становлять собою, окрім всього позитивного, ще й джерело залежності і влади. Цей моральний аспект ніби то не стосується маркетингу.

Але в світі ніде, в тому числі і в ринкових країнах, і тим більше, в Україні, не існує вільного ринку, а вільна конкуренція з її основними ознаками щодо свободи дій продавців і покупців та повної інформації про стан ринку з часів Адама Сміта використовувалась, головним чином, дослідниками і економістами як полігон для аналізу саме реальних ситуацій на далекому від досконалості (свободи) ринку.

Проведений аналіз «network»-моделі дозволяє зробити наступні висновки:

- 1) поведінку організацій в промисловому бізнесі обумовлюють наявна обмежена кількість партнерів, кожний із яких унікальний і діє заради

досягнення власних цілей;

2) організація вступає з партнерами у безперервно поновлювані зв'язки, за допомогою яких відбувається процес обміну; така взаємодія дозволяє спільно акумулювати і використовувати ресурси, пов'язувати діяльність партнерів в єдине ціле;

3) виробничі можливості окремої організації в мережі розвиваються через зв'язки у системі взаємовідносин, яка підтримується з іншими організаціями сукупності;

4) згідно викладеному, діяльність кожного із партнерів вбудовується у мережу і визначається нею як цілим.

Визнавши перераховані висновки абсолютно логічно правильними, констатуємо, що "network"-підхід зосереджує увагу щодо вибору партнерів і підкреслює можливість витрат у випадку необхідності їх заміни. Обидва ці кроки пов'язані із ризиком втратити не абсолютну, але доцільну (необхідну) свободу у кроках наступного управління системою. При цьому ступінь залежності визначається не тільки специфікою покупців і продавців, скільки саме структурою зв'язків і розподілом ресурсів в мережі.

З іншого боку, саме залежність стримує окремих партнерів від свавілля і безвідповідальності у справах, загально кажучи, опортуністичної поведінки. З того часу, коли учасники починають цінувати зв'язки, а не окремі угоди, така поведінка мінімізується. А тому зв'язки - це й джерело координації, посилити яку можливо лише на підставі взаємних зобов'язань і повної довіри.

Література

1. Иохансон Я. Стратегия и тактика деловых коммуникаций в промышленном маркетинге /Я. Иохансон. -Маркетинг и рыночные сети. Ученые записки коммерческого факультета. С-Пб. ун-т, ЭФ. С-Пб, 1994.- С.37.
2. Долан Э.Дж.Рынок: микроэкономическая модель /Э.Дж.Долан, Д.Линдсей / Пер. с англ. В.Лукашевича и др.- С-Пб., 1992.-496 с.
3. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теория и практика / В.Г.Герасимчук. - К.: Вища школа, 1994. - 327 с.
4. Hakanson H., ShehotaI. No Business is an Island: The Network Concept of Business Strategy // Marketing Perspectives/ Bergen-Samdviken (Norway): Fagbookforlaget. 1984.
5. Портер М. Международная конкуренция / М.Портер / Пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.

Homolska N.I.

STRATEGIC INDUSTRIES OF NATIONAL ECONOMY AND MECHANISMS OF THEIR STRUCTURAL REFORMS

The article offers new marketing approaches to the formation of structural relationships of enterprises of strategic industries for the purpose of solving the urgent task of revival of the

national economy in nowadays difficult conditions.

Keywords: *strategic industries, «network»-approach, industrial marketing, resources, strategic management, efficiency of foreign trade.*

*Дідович Іван Іванович,
Львівський інституту економіки і туризму, доцент
Ковальов Юрій Олександрович,
Львівський інституту економіки і туризму,
студент групи МЕ-12*

СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО КОНСОРЦІУМУ ЯК ОДНА З ФОРМ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

Розглянуто загальну характеристику створення міжнародного консорціуму як одну з форм залучення інвестицій у рамках спільного підприємництва.

Ключові слова: *інвестиції, спільне підприємництво, консорціум.*

На даний час найбільш привабливими формами залучення інвестицій є створення спільних підприємств та стратегічних альянсів. Спільне підприємництво на сьогодні є однією з найпоширеніших форм функціонування іноземного капіталу в Україні. Це поняття, за своєю сутністю, є тотожним з терміном “підприємство з іноземними інвестиціями”. Проте останнє стосується також підприємств з 100 % іноземним капіталом. У законодавстві України зазначається, що підприємством з іноземними інвестиціями визнається суб’єкт господарювання, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків. У разі якщо вона становить сто відсотків, то під- підприємницька структура вважається іноземним підприємством. Суб’єкт господарювання набуває статусу підприємства з іноземними інвестиціями з дня зарахування таких вкладень на його баланс [1]. Іноземною інвестицією є цінності, що вкладаються зарубіжними інвесторами в об’єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [1]. Іноземний інвестор може здійснювати свій внесок до статутного капіталу спільного підприємства у вигляді: – іноземної та національної валюти; – будь-якого рухомого і нерухомого майна та пов’язаних з ним майнових прав; – акцій, облігацій, інших цінних паперів, а також корпоративних прав у статутному капіталі юридичної особи, створеної відповідно до законодавства інших країн), виражених у конвертованій валюті; – грошових вимог та права на вимоги виконання договірних зобов’язань, які гарантовані першокласними банками і мають вартість у конвертованій валюті; – будь-яких прав інтелектуальної власності, включаючи легалізовані на території України авторські права, права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг, ноу-хау тощо; – прав на здійснення господарської діяльності, включаючи права на користування надрами та використання природних ресурсів, наданих відповідно до законодавства або договорів; – інших цінностей відповідно до чинного законодавства України [1].

У сучасних економічних відносинах між державами використовуються різні форми спільного підприємництва як альтернатива повному поглинанню однієї фірми іншою або їх злиттю. Основою економічного розвитку спільного підприємництва є транснаціоналізація виробництва, глобалізація господарських процесів, що у сукупності охоплюють широке коло країн у системі міжнародного поділу праці, поглиблюють інтеграційні процеси їхньої взаємодії.

У міжнародній торгівлі найбільш важливими формами спільного підприємництва є:

- ◆ спільне підприємство;
- ◆ організація спільного збуту;
- ◆ консорціум;
- ◆ об'єднання.

У сучасній обстановці інтенсифікації міжнародної торгівлі спільне підприємство є вдалою формою співробітництва між фірмами різних країн. На рівні національних економік міжнародні спільні підприємства виступають, з одного боку, як форма експорту державного, приватного і змішаного підприємницького капіталу, а з іншого — як одна з найбільш ефективних форм його імпорту. Від експорту, що виступає як одна з форм зовнішньоекономічної діяльності, спільне підприємство відрізняється тим, що воно формує партнерство іноземної і місцевої фірми. Тому низка компаній може об'єднуватися виключно з метою стимулювання свого експорту. Вони можуть або створити спільну експортну організацію, або використовувати один з методів реалізації продукції на ринку.

У сучасних умовах можна використовувати дві форми співробітництва на ринках за кордоном:

а) групова компанія зі здійснення продажів. Вона створюється як компанія, обмежена частками капіталу тих виробників, виробу яких не конкурують, а охоплюють весь спектр виробів у певній галузі, наприклад, деталі машин.

б) дочірня експортна компанія, що цілком належить іншій фірмі. Такий тип організації використовують великі виробничі концерни, що складаються з взаємозалежних компаній, які перебувають під тим самим фінансовим контролем. Завданням такої експортної компанії є організація експорту всієї групи компаній.

Консорціум — це організація, створена для співробітництва двох чи кількох компаній як єдиної юридичної особи для конкретної й обмеженої мети. Консорціуми для будівництва за кордоном заводів і загальних великомасштабних інженерних проектів (подібні організації існують у Франції, Нідерландах, Німеччині і Швейцарії). Іноді міжнародні консорціуми створюються фірмами різних країн. Вони особливо зручні для виконання програм міжнародного розвитку, спонсорами яких є Міжнародний банк реконструкції і розвитку, Європейський фонд розвитку ЄС та подібні міжнародні органи.

Питання про те, як розподілити відповідальність між членами консорціуму, якщо виникли труднощі через помилку одного з учасників, регулюється установчими документами, у яких розмежовано взаємні права й обов'язки учасників консорціуму.

У Європейському співтоваристві допускається створення нової правової форми об'єднання — Європейського об'єднання економічних інтересів. Об'єднання створюється на підставі договору і має бути зареєстроване в тій країні ЄС, де має свою офіційну адресу.

Нижче наведено визначення консорціуму:

- група юридичних осіб, які об'єдналися для виконання послуг радника. Особливості кваліфікаційних вимог до консорціумів визначаються в кожному конкретному конкурсному відборі, при цьому обов'язковою умовою участі консорціуму є наявність документів, що підтверджують утворення консорціуму. У таких документах визначається розподіл обов'язків та відповідальності між його учасниками, головна компанія консорціуму, яка повинна відповідати кваліфікаційним вимогам та забезпечувати конфіденційність;

- тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність;

- тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність [1].

Діяльність консорціумів в Україні регламентується Господарським кодексом України та іншими нормативно-правовими актами України. Утворення консорціуму може потребувати попередньої згоди Антимонопольного комітету України відповідно до Положення про концентрацію [2].

Фінансування діяльності консорціумів відбувається за рахунок коштів учасників, централізованих ресурсів, виділених на фінансування відповідної програми, а також коштів, що надходять з інших джерел в порядку, визначеному їх статутами.

Консорціум здійснює свою господарську діяльність на засадах розпорядження і використання майна, яке виділяють його засновники у вигляді паїв, централізованих засобів, що виділяє держава на реалізацію відповідних цільових програм, а також інших ресурсів, в тому числі

позичково-фінансових коштів. За своїми зобов'язаннями перед кредиторами консорціум несе солідарну майнову відповідальність.

Створюються консорціуми на термін виконання проектів, замовлень, після досягнення поставленої мети вони або ліквідуються, або реорганізуються у постійні господарські об'єднання.

Розподіл обов'язків між учасниками консорціуму базується на спеціалізації за принципом найбільшої компетенції, надбання найбільшого підприємницького досвіду у вирішенні проблем певних сегментів програми чи проекту. Діяльність консорціуму охоплює проблеми, що виникають на перехрещенні напрямів діяльності підприємств кількох галузей чи відомств. Також слід відзначити, що учасники консорціуму можуть бути членами декількох консорціумів одночасно.

Консорціуму делегується право представляти інтереси своїх учасників в державних органах, для чого в його структурі управління створюються відповідні функціональні органи.

Особливості консорціумів:

- організація консорціуму оформляється угодою;
- консорціум може створюватися з утворенням і без утворення юридичної особи;
- у рамках консорціуму учасниками не формуються ніякі організаційні структури, за винятком невеликого апарату;
- компанії, що входять до консорціуму, повністю зберігають свою економічну і юридичну самостійність, за винятком тієї частини діяльності, що пов'язана з досягненням цілей консорціуму;
- метою створення консорціумів є об'єднання зусиль для реалізації конкретного проекту[3].

Консорціуми можуть бути закритими й відкритими. У закритому консорціумі компанія-замовник укладає контракт із кожним учасником окремо. При утворенні відкритого консорціуму всі його учасники підпорядковуються в частині, що стосується цілей консорціуму, спільному лідеру й несуть солідарну відповідальність щодо зобов'язань консорціуму в межах своїх часток участі.

Кожен член консорціуму забезпечує фінансування своєї частки робіт і приймає на себе комерційні і технічні ризики, пов'язані з виконанням своєї частини зобов'язань.

Для сучасних консорціумів характерно багатонаціональне представництво, тобто мова йде про створення міжнародних консорціумів, як сучасної форми залучення іноземних інвестицій.

Список літератури

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003, № 436-IV. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Розпорядження Антимонопольного комітету України № 33-р від 19.02.2002 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0284-02>.

3. Н.С. Скопенко Основні організаційно-правові форми господарських об'єднань. / Н.С. Скопенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. Випуск 23, ст. 152-158. - Режим доступу : http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15040/1/Zb23_18.pdf

4. Дропа Я.Б. Підприємства з іноземними інвестиціями як форма залучення іноземного капіталу в Україну . / Дропа Я.Б., Петрів Н.Д. // «Молодий вчений» • № 8 (23) • Частина 2 серпень, 2015 р. ст. 48-52 . - Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/8/47.pdf>

5. Маркіна І. А. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери . / Маркіна І. А., Махобка В. М. // Проблеми економіки № 3, 2015 ст. 135-142.

*Didovych I.I.
Kovalev Y.O.*

ESTABLISHING AN INTERNATIONAL CONSORTIUM AS A FORM ATTRACTING INVESTMENTS

The general description of the creation of an international consortium as a form of attracting investment under the joint enterprise.

Key words: *investments, joint ventures, consortium.*

Дорош Юлія Степанівна
Завідувач лабораторії інноваційних технологій в туризмі, викладач
Львівський інститут економіки і туризму

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БАЛЬНЕОЛОГІЧНИХ КУРОРТІВ ЛЬВІВЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

Проаналізовано рекреаційний потенціал бальнеологічних курортів у Львівській області. Досліджено кількість та типи санаторно-курортних закладів Львівщини. Охарактеризовано наявний ресурсний потенціал бальнеологічних курортів для розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні.

Ключові слова: лікувально-оздоровчий туризм, курорт, Львівщина, бальнеологічні курорти, оздоровлення.

Лікувально-оздоровчий туризм – вид туризму, який здійснюється з метою зміцнення здоров'я і передбачає перебування в санаторно-курортних установах та безпосередньо на самих курортах. Туризм із метою лікування виокремлений і у класифікації осіб, які подорожують, рекомендованій UNWTO.

Останнім часом у світі спостерігається зростання інтересу туристів до лікувально-оздоровчого туризму. Швидкий темп життя, безліч стресових ситуацій, зростання потоку інформації, несприятлива екологічна обстановка в більшості країн змушує людей звертатися до цього виду туризму. Подорожі з лікувальними цілями були відомі ще в стародавніх Греції і Римі, громадяни яких використовували цілющі джерела та місця зі сприятливим кліматом для того, щоб зміцнити здоров'я. Люди, переважно багаті, їздили на курорти не з метою лікування, а для відпочинку. Навколо джерел виростали курортні міста, що стали центрами світського життя, поряд із лікарнями споруджувалися концертні зали, іподроми та казино. Мотивація подорожей на курорти з роками не змінилася. Людей, які бажають відпочити, приваблюють у курортні місцевості цілющі властивості природних факторів.

Основним ресурсом та об'єктом інтересу в лікувально-оздоровчому туризмі є курорти, зокрема бальнеологічні.

Значну увагу вивченню бальнеологічних ресурсів Львівської області присвячено у праці О. Клапчук [4].

Метою статті є дослідження рекреаційного потенціалу бальнеологічних курортів Львівської області для розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні.

Таким, чином курорт – це освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики

захворювань, рекреації і підлягає особливій охороні [1]. Важливою є класифікація курортів за характером природних лікувальних факторів курорти України поділяють на кілька типів (або профілів):

- бальнеологічні курорти;
- грязеві курорти;
- кліматичні курорти;
- курорти з кількома лікувальними факторами.

На території Львівської області виявлено значні запаси мінеральних вод, віддавна використовуються як лікувальні фактори на бальнеологічних курортах у вигляді ванн, душів, для пиття, інгаляцій, зрошування, промивання тощо.

Бальнеологічні курорти, як місця використання бальнеологічних ресурсів, є важливими частинами лікувально-оздоровчого, рекреаційного й економічного потенціалу регіону. Щорічно на курортах Львівської області оздоровлюються близько 300 тисяч українських та іноземних відпочивальників, стимулюючи розвиток цих територій [2].

На основі наявних бальнеологічних ресурсів станом на 2015 р. [7] в області діє 58 санаторно-курортних закладів. Деталі представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

Кількість санаторно-курортних закладів Львівщини

№	Вид спеціалізованого засобу розміщення	Львівська область	Україна	Частка, %
1.	Санаторії	38	184	21
2.	Дитячі санаторії	5	111	4,5
3.	Пансіонати з лікуванням	2	14	14
4.	Дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри	-	13	-
5.	Санаторії-профілакторії	-	79	-
6.	Бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі)	-	3	-
7.	Будинки відпочинку	-	10	-
8.	Пансіонати відпочинку	4	54	7
9.	Бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)	9	875	1
10.	Оздоровчі заклади 1-2 денного перебування	-	11	-
Всього		58	1354	4,3

Загальна кількість обслужених людей у санаторно-курортних закладах України на Львівщині у 2015 р. склала – 124 041 особа [7].

Загальна кількість курортів в Україні на сьогоднішній день - 58; з них 45 курортів державного і міжнародного значення та 13 курортів місцевого значення.

Бальнеологічні курорти Львівської області розміщені безпосередньо в місцях залягання покладів бальнеологічних ресурсів, у зв'язку з тим, що лікувальні мінеральні води і пелоїди непридатні до тривалого

транспортування через втрату своїх лікувальних властивостей. У межах Львівської області містяться сім бальнеологічних курортів, де сформовано відповідну лікувально-оздоровчу базу:

- Великий Любінь;
- Моршин;
- Немирів;
- Розлуч;
- Східниця;
- Трускавець;
- Шкло.

Завдяки особливим геологічним умовам у Львівській області утворились унікальні за своїми лікувальними властивостями родовища підземних мінеральних вод і пелоїдів. БК володіють значними запасами мінеральних вод і пелоїдів. Хоча ґрунтове вивчення сучасних запасів щодо багатьох джерел не проведено. Серед типів мінеральних вод тут наявні сульфідні, залізисті, содові, високомінералізовані розсоли, типу «Нафтуса» (Трускавець, Східниця, Шкло, Розлуч), хлоридно-натрієві (Моршин) та інші багатоконпонентні лікувальні мінеральні води (Немирів). Наявні також торф'яні пелоїди, які експлуатуються на єдиному курорті (Великий Любінь). Природні умови бальнеологічних курортів у межах Львівської області схожі, проте мають свої відмінності, незважаючи на територіальну близькість. Східниця, Трускавець, Моршин і Розлуч знаходяться в передгір'ї Українських Карпат; Шкло, Немирів – у межах Розточчя, а Великий Любінь – на Опіллі. Це створює різноманітність бальнеологічних ресурсів та сприятливі можливості для лікування.

Згідно досліджень Головатого М.В. на курортах Львівської області представлена значна частина запасів мінеральних вод України (таблиця 2).

Таблиця 2

Наявність бальнеологічних ресурсів на курортах Львівської області

№	Назва курорту	Тип мінеральної води	Затверджені/оцінені запаси, м3/добу		Обсяги видобування/використання, м3/доб.	% використання
			затверджені	лише оцінені		
1	Трускавець	Нафтуса	25	-	6-10 (13max)	20-40
		Сульфатно-хлоридно натрієва	32,8	-	3-5 (7max)	9-15
		Сульфатно-хлоридно магнієво-натрієві розсоли зі специф. комп.	463	-	15-70	3-10
2	Моршин	Сульфатно-хлоридно магнієво-натрієві розсоли (дж. №1)	4	-	15-50	100
		Слабомінералізовані (дж. №4)	-	-	4	-
		Хлоридно-натрієві	1	-	до 30	100

		сульфатні розсоли (дж. №6)				
3	Східниця	Нафтуся	65,6	-	1	18
		Різнотипні	-	-	16	-
4	Великий Любін	Сірководнева	442	-	7,7 (18max)	≈1
		Сірководнева («Адольф»)	-	до 26	8,64	≈33
5	Немирів	Сірководнева	115	-	19,2	≈17
		Хлоридно-натрієва (дж. «Анна»)	-	-	до 1	<1
6	Шкло	Нафтуся (колодязь №1)	4	172,8	0,31	≈8
		Сірководнева	-	550	20,44	≈4
7	Розлуч	Нафтуся №1	-	5,2	2,1-4,8	40-92
		Нафтуся №2	-	1	0,07-0,1	10
		Содова	-	-	1,7-3,4	-
		Залізиста	-	-	4,32-7,2	-

Джерело: [2]

Загалом, мінеральними називають природні води з підземних джерел, що мають загальну мінералізацію не менше 1 г/л і, як правило, володіють певними специфічними особливостями складу і, відповідно, терапевтичної дії. Отже, мінеральною називається тільки природна (а не штучно виготовлена) і тільки з підземних джерел отримана (на відміну від морської та інших надземних мінералізованих вод) вода, хоч, звичайно, і штучно отримані рідини певного складу можуть мати лікувальні властивості.

За даними наукових досліджень, у складі мінеральних вод міститься понад 80 хімічних елементів таблиці Менделєєва. Головних компонентів, які складають основну масу мінеральних речовин, розчинених у підземних водах, небагато – всього сім: натрій, кальцій, магній, калій, хлор, сульфати і гідрокарбонати.

У Львівській області нараховується 20 родовищ мінеральних вод, на базі яких функціонують відомі бальнеологічні курорти. Нижче подано характеристику відомих бальнеологічних курортів.

Великий Любін – один з найстаріших курортів Європи. Розташований в Городоцькому районі на Подільській височині в долині річки Верещиця. Курорт славиться джерелами мінеральних вод і торф'яними грязями. На курорті є 4 джерела мінеральних вод, які відносять до сульфатно-гідрокарбонатних кальцієвих із вмістом сірководню типу «Мацеста».

На території курорту функціонує відомий санаторій «Великий Любін». У санаторії лікують: захворювання шкіри; гінекологічні захворювання; захворювання опорно-рухового апарату; захворювання нервової системи; проводять реабілітацію хворих після інфаркту міокарда; проводять реабілітацію дітей з ДЦП [6].

Моршин – один з найвідоміших гастроентерологічних курортів України, що славиться своїми мінеральними водами. Моршин розташований в Стрийському районі біля підніжжя східного пасма Карпатських гір. На курорті є декілька мінеральних джерел (свердловин). В лікувальних цілях використовують розбавлені розсоли свердловин для питтєвого лікування, а

також торф'яні грязі місцевого родовища та озокерит. Унікальні джерела Моршина завдяки підвищеному вмісту сульфатно-магнієвих солей є незамінними в лікуванні захворювань печінки, кишечника, підшлункової залози, цукрового діабету, шлунку. В Моршині функціонує бальнеологічна лікарня – сучасна багатoproфільна лікувальна установа, де до послуг клієнтів близько 40 лікувальних процедур.

Курортна зона Моршина знаходиться окремо від житлової частини, практично всі санаторії Моршина знаходяться в парковій зоні, яка плавно переходить в ліс. Різноманітні за своїм змістом і хімічному складу мінеральні води Моршина успішно борються з різними хворобами – саме цей фактор забезпечує досить високу привабливість Моршину.

Немирів – один з найстаріших бальнеологічних курортів України, якому вже близько 200 років. Розташований у Яворівському районі на вододілі річок Сяну та Дністра в межах Волино-Подільської височини неподалік від природного заповідника «Розточчя» [5]. Немирівське родовище сульфідних вод є найбільшим в Україні та входить в перелік державних заказників місцевого значення, а також водних об'єктів, що відносяться до категорії лікувальних. Тут є 6 мінеральних джерел сульфідних, сульфатно-карбонатних вод із вмістом сірководню, які використовуються для лікувальних ванн. Поряд з мінеральною водою часто застосовують грязелікування. Курорт Немирів унікальний тим, що має висококонцентровану сірководневу воду, оскільки функціонує в зоні найбільшої концентрації сульфідних вод. В Україні немає іншого курорту з таким високим вмістом сірководню у водах. Це дозволяє лікувати у Немирові хворих з різноманітною патологією: захворювання органів кровообігу, опорно-рухового апарату, нервової системи, шкіри.

Розлуч – рекреаційно-оздоровчий центр літнього та зимового відпочинку, одна з найпривабливіших курортних території Львівщини завдяки джерелам мінеральних вод різних типів, а також гірськолижним витягам та туристичним базам. Розлуч розташований на межі Верхньодністровських Бескид і Стрийсько-Сянської Верховини біля витoku Дністра. Важливою передумовою формування в Розлучі курортного центру є природні мінеральні джерела типу «Нафтуся» (гідрокарбонатнохлоридна), «Боржомі» (содова) і «Залізна» [5].

Східниця – курортне містечко, розташоване у Карпатах на висоті 640 метрів над рівнем моря. За надзвичайну красу відпочиваючі нарекли її «Українською Швейцарією». Особливістю курорту Східниця є те, що тут можна провести відпочинок та оздоровлення в будь-яку пору року. У Східницькому родовищі є мінеральні води 4 типів: слабомінералізована вода з сечогінною дією (типу «Нафтуся»); залізиста вода; хлоридно-натрієва вода з підвищеним вмістом бром; содова мінеральна вода гідрокарбонатно-натрієвого складу.

Санаторії Східниці (а також нові SPA-готелі з лікувальною базою і бюветами мінеральних вод) спеціалізуються в основному на лікуванні

захворювань нирок і сечовивідних шляхів, хвороб органів травлення та обміну речовин.

Трускавець – бальнеологічний курорт міжнародного значення, до якого щороку приїжджає понад 250 тис. туристів. Курорт розташований в долині річки Воротище у передгір'ї Східних Карпат. Всесвітній славі курорт Трускавець завдячує цілющій воді «Нафтуся» багатій на органічні речовини нафтового походження, лікувальні властивості «Нафтусі» якраз ними і обумовлені. Процентний вміст органічних речовин у водах різних відомих європейських курортів набагато менший, ніж у лікувальній «Нафтусі» трускавецького родовища. Для порівняння – декілька цифр. Середня густина органічних речовин у мінеральних водах Баден-Бадена – 0,6 г/л., Вісбадена – 1,2 г/л., Бад Кіссінгена – 3,1 г/л., Ціхосінека – 5,7 г/л.; а середня густина органічних речовин нафтового походження трускавецької «Нафтусі» – 23,1 г/л.

Завдяки своїм унікальним властивостям «Нафтуся»:

- сприяє відходженню дрібних каменів з нирок, жовчного міхура, сечо- та жовчовивідних шляхів;
- усуває небезпеку каменеутворення;
- нормалізує обмін речовин, зокрема вуглеводний обмін у хворих на цукровий діабет;
- покращує діяльність шлунково-кишкового тракту і підшлункової залози;
- підвищує активність залоз внутрішньої секреції;
- відновлює печінкові клітини;
- виводить з організму радіонукліди, шлаки та недоокислені продукти обміну речовин;
- володіє сечогінною, жовчогінною, спазмолітичною, знеболюючою дією;
- знімає запальний процес у нирках, сечових шляхах, печінці, кишечнику;
- має імуномодуючу дію, завдяки якій підвищує захисні сили організму, попереджує онкологічні захворювання.

Окрім «Нафтусі» у Трускавці є ще й інші мінеральні води. Вода джерела №1 «Марія» – це хлоридно-сульфатно-натрієва вода. Вона має наступні лікувальні дії:

- знижує шлункову секрецію;
- покращує моторну функцію кишечника;
- підсилює жовчоутворення і жовчовиділення;
- сприяє розрідженню слизу та його евакуації зі шлунку;
- зменшує запальний процес та спастичні явища шлунково-кишкового тракту.

Вода джерела №2 «Софія» – хлоридно-сульфатно-натрієва вода, що має наступні лікувальні властивості:

- стимулює шлункову секрецію;
- володіє вираженою жовчогінною дією;
- нормалізує моторну функцію шлунку та кишечника;
- покращує обмін речовин;

Ці води широко застосовуються при супутніх захворюваннях шлунково-кишкового тракту – хронічних гастритах з підвищеною та пониженою секрецією, хронічних колітах тощо.

Мінеральну воду джерела №3 («Броніслава») рекомендують застосовувати для полоскання горла і носоглотки при хронічних тонзилітах.

Мінеральна вода «Юзя» – це справжнє джерело краси, яка завдяки речовинам гліцеринового походження чудово оновлює шкіру, надаючи їй природного відтінку та особливої еластичності.

Для зовнішнього застосування використовуються води інших джерел у вигляді ванн, промивань кишечника, гідромасажу та інгаляцій. Крім мінеральних ванн, які покращують обмінні процеси в організмі, застосовуються вуглекислі і перлинні ванни, які особливо ефективно діють при захворюваннях серцево-судинної системи, цукровому діабеті, ожирінні тощо.

У місті функціонують два кювети мінеральних вод, дві курортні поліклініки, дві бальнеоозокеритолікарні, міські лікарня та поліклініка. Працює ряд науково-дослідних лабораторій.

Шкло – бальнеологічний і грязевий курорт, один з найстаріших курортів України. Курорт розташований в Яворівському районі над річкою Шкло. Курорту притаманне унікальне поєднання низки природних лікувальних факторів, що відрізняє його від інших курортів. Це наявність джерел лікувальної води типу «Нафтуся», сірководневих мінеральних вод та торф'яно-мінеральних грязей.

Таким чином, бальнеологічні курорти Львівщини мають значний рекреаційний потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Маючи перспективи подальшого розвитку, курорти потребують здійснення рекламно-інформаційного забезпечення та розширення туристичної інфраструктури, що призведе до збільшення потоку туристів.

Література

1. Берест Р.Я., Безручко Л.С. Туристичне краєзнавство. Текст лекцій для студентів ВНЗ туристичного профілю / Роман Берест, Любомир Безручко. – Львів: Львівський інститут економіки і туризму, Вид-во «Манускрипт», 2014. – 312 с.

2. Головатий М.В. Еколого-географічний аналіз та оцінка бальнеологічних курортів львівської області / М.В. Головатий // автореферат. – Львів. – 20 с.

3. Заваріка Г. М. Курортна справа : навчальний посібник / Г. М. Заваріка ; Міністерство освіти і науки України. – Київ : Центр учбової літератури, 2015. – 263 с.

4. Клапчук О.О. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області : монографія / О.О. Клапчук / Львівський інститут економіки і туризму. – Львів; Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 192 с.
5. Медичний путівник «Лікувально-оздоровчі курорти Карпатськоо Єврорегіону Львівської області в Україні та Підкарпатського воєводства в Польщі» / Агенція розвитку курорту Східниця, 2013. – 144 с.
6. Санаторій Любінь Великий – санаторне лікування, лікувальний масаж [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sanatoriylubin.lv.ua>.
7. Статистичний бюлетень «Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році». Державна служба статистики України, 2016. – 200 с.

Dorosh Yu. S.

RECREATIONAL POTENTIAL OF BALNEOLOGICAL RESORTS OF LVIV REGION FOR DEVELOPMENT WELLNESS TOURISM

The recreational potential of balneological resorts in Lviv region is analyzed. The amount and types of sanatorium and resort facilities in Lviv region are researched. The existing balneological resorts resource potential for the development of wellness tourism in the region are characterized.

Keywords: *wellness tourism, resort, Lviv region, balneological resorts, treatment.*

РЕАЛІЗАЦІЯ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ЛОКАЛІЗАЦІЇ БЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН

Висвітлюються теоретико-методологічні основи наповнення бюджету шляхом оподаткування доходів суб'єктів підприємницької діяльності та домогосподарств. Проводиться аналіз та оцінка виконання податкових надходжень окремо в розрізі Державного та місцевих бюджетів України. Досліджується місце та роль податків, характеризуються структурні співвідношення між податковими надходженнями державного і місцевих бюджетів, окреслюються їх зміни в динаміці та розглядаються основні причини цього явища..

Ключові слова: *зведений бюджет, державний бюджет, місцеві бюджети, ВВП, податкові надходження.*

Постановка проблеми. Ефективність бюджетної політики органів місцевого самоврядування визначається, насамперед, повнотою реалізації функцій місцевих бюджетів. Водночас необхідно констатувати, що вирішальний вплив на якість конкретних бюджетних рішень у сфері місцевих доходів і видатків справляє суб'єктивний чинник – наявність відповідних повноважень і компетенції місцевої влади. Отже, проблема самостійності місцевих бюджетів є первинною передумовою проведення ефективної політики формування та використання фінансових ресурсів місцевого самоврядування, запорукою досягнення фінансових пріоритетів територіальних громад.

З удосконаленням форм і методів державного управління змінюються критерії локалізації бюджетних правовідносин. Передумовою самостійності місцевих бюджетів є їх реальна фінансова незалежність від бюджету центрального уряду в площині фінансування програм соціально-економічного розвитку територій, реалізації права фіскальної ініціативи, здійснення низки інших конституційних повноважень у галузі управління і розпорядження ресурсним потенціалом території. На думку окремих науковців, матеріально-фінансова самостійність є необхідною умовою втілення всіх інших принципів місцевого самоврядування. Від фінансових можливостей залежить виконання реальних владних функцій органами місцевого самоврядування. Самостійність буде завжди лише формальною, якщо залишатиметься фінансова залежність [1, С. 138]. Чинним законодавством фінансова незалежність органів місцевого самоврядування визначається як незалежність останніх від загальнодержавних органів влади у прийнятті певних рішень щодо місцевих проблем і забезпечення для їх вирішення відповідними коштами [2].

Органи місцевої влади і місцевого самоврядування формально наділені необхідною ресурсною базою, володіють низкою повноважень в частині

розпорядження наявними коштами, земельними ділянками, іншими об'єктами комунальної власності. Водночас фінансові можливості територіальних громад є істотно обмеженими, не відповідають встановленим нормам забезпечення соціальних гарантій, зумовлюють значні касові розриви при виконанні місцевих бюджетів.

Крім того, нерівномірність розподілу податкової бази в міжтериторіальному розрізі викликає територіальні фінансові дисбаланси, вирівнювання яких за допомогою міжбюджетних трансфертів суттєво централізує процедури бюджетування, перетворюючи їх у складний, бюрократичний, непрозорий, перерозподільчий процес. Традиційно незначну частку у структурі доходів бюджетів місцевого самоврядування посідають неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом, цільові фонди. В більшості місцевих бюджетів практично відсутні місцеві запозичення. Все це зумовлено дією низки чинників.

По-перше, об'єкти комунальної власності, а також об'єкти, що перебувають у спільному використанні обласних і районних рад, у своїй переважній більшості є неприбутковими або ж безпосередньо фінансуються за рахунок бюджетних джерел. Як наслідок, фінансово-доходна віддача вказаного різновиду неподаткових надходжень є мінімальною, а в багатьох випадках і бюджетно-збитковою (за умови зростання бюджетних джерел фінансових ресурсів у структурі капіталу таких установ).

По-друге, надходження від продажу основного капіталу, землі, нематеріальних активів не можуть відігравати відповідної фінансово-стабілізуючої функції, оскільки:

1) земля, угіддя, лісовий і водний фонд, інші природні ресурси, що знаходяться на території самоврядної адміністративної одиниці, згідно з чинним законодавством не вважаються об'єктами комунальної власності, а тому лише формально можуть зарахуватися до носіїв матеріальної бази органів місцевого самоврядування;

2) невизначеність та непослідовність юридичних норм щодо набуття власності на землю чи інші природні ресурси фактично нівелюють юрисдикцію територіальних громад як власників чи розпорядників іпотеки;

3) разові доходи у вигляді приватизації комунального майна, а також постійні, що надходять у вигляді орендної плати, є не лише нестабільними з огляду на юридично-фінансові процедури їх мобілізації, але й надто обмеженими через їх екстенсивне походження.

По-третє, місцеве самоврядування наділене повноваженнями формувати у складі спеціального фонду місцевого бюджету цільові фонди за рахунок власних доходів. Однак, як свідчить практичний досвід, зреалізувати зазначене право на місцевому рівні досить складно, тому що власних доходів не вистачає навіть на фінансування тих бюджетних призначень, які випливають з діяльності територіального колективу і не враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів. З іншого боку, частина цільових фондів формується та використовується за чітко визначеною

схемою, встановленою державним законодавством [3]. Водночас розширити компетенцію місцевих органів, надавши їм право створювати власні позабюджетні та валютні фонди, видається безперспективним за відсутності правового механізму їх запровадження, функціонування, казначейського обслуговування, а також з огляду на недовершеність адміністративно-територіальної реформи.

По-четверте, практично недієздатним в Україні був і залишається інститут комунального кредиту, що спричинено як відсутністю відповідної інфраструктури для забезпечення випуску і погашення місцевих позик, так і нерозвиненістю фінансового ринку загалом.

Підсумовуючи викладене вище, необхідно наголосити, що в унітарних державах, до яких належить і Україна, фінансова автономія місцевого самоврядування завжди має певні обмеження, які є наслідком конституційної доктрини держави. При цьому дуже важливо провести оптимальне розмежування повноважень між центральною та місцевою владою, забезпечивши ефективний перерозподіл бюджетних ресурсів між різними ланками зведеного бюджету. Крім того, недосконалість правової бази функціонування територіальних колективів базової ланки місцевого самоврядування істотно звужує дієздатність органів управління територіальних громад, обмежує сферу функціональних повноважень останніх. Нестабільність дохідної бази місцевих бюджетів, відсутність ефективного механізму міжтериторіального перерозподілу державних доходів, значні відмінності в рівнях економічного розвитку регіонів з властивими їм умовами проживання потенційно ведуть до соціальних конфліктів і політичної нестабільності. Як наслідок, тягар нагромаджених проблем негативно позначається на розвитку регіонів.

За умов світової фінансової глобалізації, що супроводжується конвергенцією національних фінансових систем, особливого значення набувають процеси наближення основних засад територіальної організації влади до стандартів, запроваджених Радою Європи, які, своєю чергою, впливають на формування принципів реалізації фінансової політики на локальному рівні управління. Прийняття у 1985 р. Європейської хартії про місцеве самоврядування стало логічно послідовним кроком на шляху офіційного закріплення процесів децентралізації державної влади на основі проведення системно-послідовних змін у політичній, адміністративній, фінансовій, ринковій концепціях державного управління. У широкому розумінні децентралізація означає передачу частини компетенції та відповідальності у сфері виконання загальнодержавних функцій і завдань від центрального уряду до підпорядкованих йому органів державної влади чи квазі-незалежних субнаціональних урядів, або до приватного сектора.

Література:

1. Місцеві фінанси: Підручник / За ред. О. П. Кириленко. – К. : Знання, 2006. – 677 с

2. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.2010, №28/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – №24. – С. 379-423.

3. Бюджетний кодекс в коментарях: [Електронний ресурс]. <http://legalexbert/komkodks/bku/htmb>.

Kit V.I.

IMPLEMENTATION OF BUDGET POLICY UNDER BUDGET LOCATION RELATIONS

Highlights theoretical and methodological foundations of budget revenues through income taxation of businesses and households. The analysis and evaluation of tax revenues separately in terms of state and local budgets of Ukraine. We study the place and role of the tax system of cost allocation and redistribution of GDP. Characterized by structural relationship between tax revenues state and local budgets, outlines their changes in dynamics and examines the main causes of this phenomenon

The development of public finances in market conditions, especially such important categories as "budget" and "taxes" directly related to the level of development of commodity-money relations, constitutional doctrine of state action specific objective economic laws. Each country to perform its declared constitutional powers and tasks needed some funds are available, mainly because of the tax forms of appropriation of GDP. Traditionally taxes is commonly used not only as carriers treasury, but also as leverage realization of the state financial policies.

Keywords: *consolidated budget, the state budget, local budgets, GDP, tax revenues*

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ІТАЛІЇ, ЯК ОСНОВА ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Анотація. В статті характеризуються туристичні ресурси Італії. Також досліджено державний вплив на туризм. Дано детальну характеристику історико-культурних туристичних ресурсів, як основи для розвитку туризму.

Ключові слова: туризм, Італія, туристичні ресурси, розвиток.

Туристичний бізнес в нашій державі поступово відновлюється після серйозного падіння в 2014 р. Міжнародні приїзди до нашої країни були суттєво знижені завдяки російській інтервенції та анексії Криму. Пізніше окупація частини Донбасу взагалі завдала непоправного удару нашому іміджу, який тільки почав успішно формуватись після проведення ЄВРО 2012. Кількість міжнародних туристів, котрі відвідали нашу державу, скоротились майже в двічі. Під час сьогоднішніх подій не потрібно забувати про найосновніше, а це боротьба за незалежність, проте економічна незалежність також дуже важлива, що і було доведено за останні роки. Туризм може стати важливим фактором росту економіки завдяки своєму різносторонньому впливу на її різні сектори. Також туризм є вадливим інструментом подолання ксенофобії. хорошим прикладом розвитку туризму є туристичний сектор Італії. Багаті туристично-рекреаційні ресурси, хороше сприяння держави та бачення майбутнього сприяло успішному розвитку Італії. В цій статті ми охарактеризуємо найважливіші, на нашу думку, туристичні аспекти.

Починаючи будь яке дослідження потрібно звернути увагу на загальну характеристику. Столиця – Рим. Державна мова – італійська. Форма державного правління – парламентська республіка. Форма державного устрою – унітарна (20 областей із них 5 автономних). Загальна площа – майже 301, 4 тис. км. кв. Чисельність населення – 61,9 млн. осіб. Країни-сусіди – Франція, Швейцарія, Австрія, Словенія, Ватикан, Сан-Маріно. Релігійний склад – 80-84% населення – християни (католики), 2-4% – мусульмани, 0,2% – буддисти, 0,1% – індуїсти й 0,5-1% інші вірування [7]. Грошова одиниця – євро (EUR).

Головним державним органом, який опікується питаннями туризму в Італії є Міністерство спадщини і культурної діяльності та туризму. 20 листопада 2014 року в складі міністерства попередника було створено Головне управління з питань туризму. Головне управління з питань туризму піклується про національну політику в галузі туризму, відносини з регіонами,

відносини з ЄС, міжнародні відносини в галузі туризму та відносин з торговими асоціаціями та туристичними підприємствами. Також здійснює нагляд за установами, які працюють в сфері туризму [8].

Також в Італії діє Національне Агентство з Туризму Італії утворене 14 березня 2005 р. Наділене серйозними правами і чітко сформульованими функціями в сфері туризму країни.

Національне Агентство з Туризму, яке користується автономією в складі міністерства. Ця установа займається просуванням всіх видів національного туристичного продукту і їх комерціалізацією. Діяльність агентства в основному адресована двом категоріям споживачів: представляє колективний попит, організований італійськими та іноземними туроператорами і турагентствами; індивідуальний попит, що складається з попиту сотень мільйонів іноземних громадян, які є потенційними або дійсними споживачами італійських туристичних послуг. Агентство здійснює свою діяльність в наступних сферах: підтримка бренду «Італія», підтримка комерціалізації турпослуг та вивчення і дослідження в туристичній сфері [6].

В 2015 році Італію відвідало 50,7 млн. ос., переважна більшість це туристи з країн ЄС, США та Китаю. Грошові надходження від туризму оцінюються в 39,5 млрд. дол. США [9].

Розвинуті види туризму: культурно-пізнавальний, релігійний, рекреаційний, діловий, екологічний, гірськолижний, пляжний та ін.

Італія – країна з багаточисленними пам'ятками архітектури, культури, живопису, скульптури, яка за роки розвитку туристичної індустрії перетворилася в один з провідних центрів туризму у світі. В межах Італії розташовано дві країни-карлики: князівство Сан-Марино та резиденція Папи Римського – Ватикан. Цей фактор пожвавлює туристичні прибуття до країни, особливо за рахунок релігійного паломництва. Звичайно слід пам'ятати про Флоренцію – «батьківщину ренесансу». Багато туристів знають щось про Римську імперію, про древні артефакти, про вулкани Італії, про мальовничі пейзажі та звісно вічний Рим.

У **Римі** увагу туристів привертають численні пам'ятки історії періоду розквіту Римської імперії: Колізей, який своїми розмірами не поступався жодному іншому амфітеатру, та був основною спорудою розважального типу в тодішній столиці імперії; Пантеон – античний храм, зведений у 27 р. до Р.Х., згодом перебудований під християнську церкву; Римський та Імператорський Форуми – економічний, політичний і релігійний центр Давнього Риму; кілька Тріумфальних арок на честь римських імператорів і полководців, серед яких слід виділити арку Константина, що знаходиться поблизу Колізею де починається славнозвісна Аппієва дорога; терми Каракалли збудовані в 217 р., які допомагали древнім мешканцям Риму притримуватись основних постулатів гігієни, а також тут кожен знаходив щось своє і клуб, і стадіон, і сад відпочинку, і будинок культури чи тренувальний зал; катакомби, в яких рятувалися від переслідувань перші християни; Circus Maximus – найбільший в імперії іподром, де у змаганнях

могло одночасно брати участь дванадцять колісниць!; замок Святого Ангела – мавзолей, який у середні віки був перебудований у замок; та інші цікаві об'єкти того часу.

У столиці Італії багато музеїв та виставкових залів, серед найбільш популярних це безперечно музеї Ватикану де без перебільшення зібрано величезну колекцію унікальних творів мистецтва. Особливо захоплюють твори Ван Гога, Рафаеля, Мікеланджело та інших. Серед відомих також слід згадати Віллу Боргезе із розташованим у ній музеєм мистецтв, Національний музей Вілла Джулія (колекція предметів етруського і римського мистецтва), Національний римський музей (давньогрецька і давньоримська скульптура), Музей Пігоріні з колекціями із давньої історії, антропології й етнографії, Капітолійський музей та ще кілька середньовічних палаців, у яких також розміщені музеї і галереї. З такою древньою і цікавою історією Рим володіє значним потенціалом туристично-рекреаційних ресурсів.

В «вічному місті» є близько 400 церков. Головним собором всіх католиків світу звісно є Собор Святого Петра. Цікаво, що святиня розташована формально вже в іншій державі – Ватикані. Собор одночасно може вмістити 60 000 осіб! В будівництві приймали участь найкращі зодчі XVI ст. такі як Рафаель, Мікеланджело, Бальдассаре Перуцці та інші. Шедеври світового мистецтва, які присутні тут не залишить байдужим найвибагливіших поціновувачів, авторами яких є Джотто, Берніні, Барроміні, Мікеланджело та інші генії. В цьому соборі є мощі святих апостолів Петра, Юди Тадея, Андрія. Зберігається частина Хреста Господнього, спис, яким пробили бік Христу, численні реліквії та святині. Основним собором Риму є базиліка св. Іоанна Латеранського, яка містить у собі численні сакральні та мистецькі цінності і є однією з найбільших у світі. Поруч розташовано Скала Санта, де зберігаються сходи, якими Ісус Христос піднімався на суд до Понтія Пилата. Серед інших дуже цінними в архітектурному, сакральному і мистецькому плані є базиліка св. Петра, в середині якої є мармурова скульптура Мойсея роботи Мікеланджело та ланцюг, яким було прикуто апостола Петра, базиліка св. Павла, базиліка Санта Марія дель Анджелі, базиліка Санта Марія Маджоре, храм святого Климента, церква Санта Марія ін Трастевере, церква Санта Марія сопра Мінерва, церква Триніта-дей-Монті та інші. Всі храми мають значну цінність для туристів.

Численні відпочиваючі любляють площі та фонтани древнього міста. Площа Навона з фонтаном чотирьох річок має дуже зручне розташування, і тому завжди вельми людна. Площа Іспанії та Іспанські сходи, що ведуть до церкви Триніта-дель-Монті часто можна побачити на фотокартках, які привозять з Риму. Серед інших відмітимо площу дель Пополо з 36-метровим єгипетським обеліском і трьома фонтанами, площу Чотирьох фонтанів та інші. Окремо слід згадати про славнозвісний фонтан Треві, який збудований в стилі бароко і відзнятий в багатьох фільмах.

Північно-східна Італія славиться своїми туристичними ресурсами далеко за межі континенту. Чого лиш варто місто Верона, яке пов'язують з

іменем вічного кохання Ромео і Джульєти, місто Падуя, з одним із найвідоміших фрескових циклів в Італії та життям св. Антонія, містечко Віченца з її архітектурними проектами Палладіо. На півночі зосереджена найгустіше заселена частина Альпів – Доломітові Альпи, де є світового рівня гірськолижні курорти. Але звісно центром туризму в цьому регіоні є Венеція. **Венеція** – незвичайне місто на воді де існує більше 400 мостів, що з'єднують між собою 118 островів. Місто виникло і розвивалося під заступництвом Візантії доти, поки його могутність не стала настільки сильною, що воно перетворилося в небезпечного супротивника для самої Візантії. У zenіті свого розквіту Венеція мала колонії і торгові бази уздовж усього узбережжя Далмації, на Пелопонеських та Іонічних островах, на островах Циклади, Кандія і Саламін, а також у Центральній Європі. Художній вигляд Венеції сформувався під впливом країн Близького Сходу. Місто унікальне не тільки своєю історією, архітектурою, мистецтвом, але також і способом життя з його «плавучими» ринками, традиційними гондолами [2 с.69]. Місто й лагуна включені в список Світової спадщини ЮНЕСКО.

Серед туристів найбільш популярними є такі місця: мости Ріальто і Зітхань; площа, бібліотека та собор св. Марка, з великими цінностями сакрального і художнього світу; палац Дожів з феноменальною архітектурою де поєдналось декілька стилів; гранітні колони, зведені в 1180 р., на одній з яких зображений крилатий лев св. Марка (заступник Венеції); вежа ратуші з унікальним годинником; монастирі і споруди скоул (релігійних братств); палац Ка'д'Оро, в якому розміщена галерея Franchetti – зібрання гобеленів, бронзових виробів і картин XV-XVI ст.; музей Венеційського мистецтва; Галерея академії мистецтв, де виставлені полотна художників XIV-XVIII ст.; колекція сучасного мистецтва Пеггі Гуггенхейм; музей скла на острові Мурано; водна екскурсія по Гранд Каналу та інше.

Окремо слід відмітити кількість храмів і церков, які є в Венеції. Така їх кількість зумовлена безперечно релігійністю мешканців древньої держави, проте вони часто виступали і усипальнями, оскільки кладовищ тут немає.

Безперечно Венеція це центр міжнародного туризму світового значення, місце проведення міжнародних кінофестивалів, художніх виставок та карнавалів.

Однією із найбільш відомих у світі туристичних destinations є **Тоскана**. **Флоренція**, як культурний, діловий та економічний центр Тоскани, зажила великої слави ще в період епохи Відродження. Флоренція – це перш за все Леонардо да Вінчі, Мікеланджело Буонаротті, Сандро Ботічеллі, Ніколо Маккіавеллі, Галілео Галілей та інші. Місто славиться своїми людьми і результатами їхніх геніальних задумів. Саме тут імениті купці і банкіри склали величезні капітали, їхні контори і банки одержали поширення по всій Європі. Саме тут з'явилися зачатки Гуманізму і Відродження, що дали новий імпульс розвитку літератури і мистецтва [2 с.69]. Династія Медічі, що правила Флоренцією до першої половини XVIII століття, усіляко сприяла

розвитку мистецтв і розквіту міста як світового культурного центру. У місті на сьогодні є 87 музеїв, найвідоміший – галерея Уффіці [3 с.87].

На сьогодні найбільш шанованими у туристів є: собор Санта-Марія-дель-Фьоре (1296-1461) збудований у готичному стилі, прикрашений червоним, зеленим і білим мармуром та дзвіниця XIV ст.(Джотто); баптистерій Сан-Джованні; монастир Сан-Маріно, у музеї якого є роботи Фра Анжеліко і Фра Бартоломео; башта Синьйорії, середньовічної міської ратуші; палаццо Веккіо (1299-1314); палац Медичі-Рикардій (XV ст.), у якому розміщений музей Медичі; Національний музей, у якому є колекція скульптур роботи Донателло; галерея Пітті з роботами Рафаеля, Перуджіно, Тиціана, Тінторетто; галерея Академії образотворчих мистецтв, де зберігається відома скульптура роботи Мікеланджело – Давид; гробниця родини Медичі з мармуровим барельєфом роботи Мікеланджело; археологічний музей; фонтан Нептуна (1576); францисканська церква Санта-Кроче (XIII—XIV ст.), розписана Джотто, її називають Пантеон Флоренції, тому що в ній поховані Мікеланджело Буонаротті, філософ і політичний діяч Ніколо Маккіавеллі, композитор Россіні. Також живописна набережна річки Арно зі старовинними мостами, найстародавніший – Понте Векіо, де вже багато років розміщуються ювелірні магазини [1-4].

Окрему увагу слід приділити містечку Піза, яка славиться своїм комплексом із собору, баптистерію і вежі. Також туристів зацікавить місто Сієна та її околиці. Поблизу багато маленьких сіл і містечок, які відомі на всю Європу своїми виноградниками та архітектурою (Сан Джиміньяно, Монтепульчіано, Монтальчіно та ін.).

Північно-західна Італія є невід’ємною складовою італійської цивілізації. Великі промислові центри мають також древню історію і традиції. Центром П’ємонту є місто **Турин** де зберігається за переданням плащаниця Ісус Христа, який після смерті був в неї загорнутий. Єгипетський музей, розташований в місті, – перший у Європі спеціалізований музей, присвячений давньому Єгипту. Окрім цього відомим в туристів є Собор Іоанна Хрестителя, Башта-синагога Моле Антонелліана, в якій розташовано національний музей кінематографії Італії, Давньоримський театр і ворота порту Палатина, Монастир Суперга – шедевр барокової архітектури, традиційне місце поховання представників Савойського дому. Тут також центр автомобілебудування і штаб-квартира «Фіат», а ще тут біля підніжжя гір люблять збирати трюфелі і відпочивати біля чистих озер. Поруч розташований національний парк Гран-Парадізо [4]. Дуже швидко від Туріна можна добратись до одних з найвищих гір Європи, серед яких і Монблан (4807 м).

Генуя – місто з багатовіковою історією, місто моряків. У далекому минулому Генуя змагалася з Венецією за панування на Середземному морі. Стратегічне вигідне розташування й прекрасна природна гавань фактично зробили історичний підйом Генуї неминучим. У XIV ст. володіння цього міста-держави були в Сирії, північній Африці і Криму. Ім'я відомого

мореплавця Христофора Колумба не рідко можна прочитати на стінах, вивісках чи рекламах. Найвідоміші династії, серед яких, перш за все, сім'я Доріа, прикрасили Геную палацами, збагатили її витворами мистецтва. Однією з найпопулярніших сучасних визначних пам'яток Генуї є Акваріум площею 10 тис. м², найбільший у Європі. На площі Маттеотті підноситься величезний палац Дукале, у якому за наших днів проходять виставки й інші культурні заходи [3, с. 108-109]. Неподалік Генуї розкинулось декілька маленьких містечок, які славляться своєю витонченістю і красою (Сан Ремо, Портофіно, Чінкве-Терре та ін.).

Місто **Мілан** пишається Ла Скалою – найбільшою оперною сценою світу. Центром Мілану є площа Дуомо, де окрім славнозвісного собору є ще пам'ятник і галерея Вітторіо Еммануеле. Галерея Вітторіо Еммануеля починається на площі тріумфальною аркою і тягнеться всередину скляною вулицею. Сьогодні ця галерея є центром культурного життя міста, а також центром шопінгу для туристів. У «столиці моди та дизайну» Мілані є магазини і бутики всіх відомих італійських і міжнародних брендів. Більшість розташовані на вулицях Віа-делла-Спіга, Віа-Мандзоні (Via Manzoni), Віа-Сант-Андреа (Via Andrea Sant) і Корсо Вітторіо-Еммануеле-(Corso Vittorio Emanuele). Міланська базиліка Санта Марія делла Граціє примітна своїм куполом роботи Донато Браманте. А перед церквою є знаменита трапезна з прославленою фрескою Леонардо да Вінчі «Таємна вечеря». У місті ще багато інших храмів, серед них церкви св. Маурісію, св. Амброджіо, св. Марії, св. Лоренцо, св. Еусторджіо [2]. Неподалік Мілану є багато красивих озер (Комо, Лаго Маджоре, Орта та ін.).

Південний регіон Італії також має значний туристичний потенціал. Місто **Неаполь** славиться такими атракціями і об'єктами: національні музеї і галерея Каподімонте; Сан-Карло; королівський палац – головна резиденція Бурбонів; церква святої Клари – готична церква, монарша усипальня; собор Святого Януарія; національний музей Сан-Мартіно; замок Сант-Ельмо; Національний археологічний музей, де зібрана колекція знахідок у Помпеях і Геркуланумі; Кастель-дель-Ово; ранньохристиянські підземні кладовища з античними мозаїками [9]. Неподалік є відомий острів Капрі та трохи далі на південний схід можна потрапити в облюбовані «кіношниками» міста Матера та Альберобелло. Окремо варто сказати про вулкани південного і острівного регіонів – Везувій та Етну.

Окремо слід відмітити **Сицилію і Сардинію**. Тут переважає пляжний відпочинок, проте є й цікаві історичні місця. Лідирують по прибуттях туристів звісно Палермо (величезні катакомби, собори і палаци норманів) і Кальярі. Також цікавими є Сіракузи, зі своєю древньогрецькою і древньоримською історією, Монреале в якому збудований один з найкращих соборів в Європі, Чефалу і Таорміна. Специфічного колориту місцевості надає вічна слава про Сицилійську мафію, яка тепер зачасти може використовуватись як туристична театралізована розвага.

Серед інших відомих туристичних культурно-історичних центрів країни варто назвати Перуджу, Барі, Лечче, Ріміні, Болонью, Равенну, Монте Сан Анджело, Сан Джовані Ротондо, Ассізі та ін. Багато з цих міст мають потенціал в релігійному туризмі.

Культурно-пізнавальний туризм на території Італії чудово поєднується з відпочинковим (купально-пляжним та гірськолижним). Курорти Італійської Рив'єри доповнюються відпочинковими зонами на островах Сардинія та Сицилія, а Італійські Альпи створюють сприятливе середовище для розвитку гірськолижного туризму. Унікальний характер історико-культурних пам'яток Італії ще довго буде приваблювати іноземних гостей.

Важливими елементами для розвитку туризму є розробка турів та екскурсій. Італія має ряд впізнаваних і дуже відомих маршрутів, які входять у більшість туристичних путівників. Найбільш відомими є:

1. **«Подорож по Валле-д'Аоста».** Під час цієї подорожі туристи побачать високогірні альпійські ландшафти побувають біля підніжжя Монблану та відвідають місто Аоста. Протяжність маршруту – 145 км. Тут окрім природної пишноти можна побачити численні замки, фортеці, амфітеатри, форуми, арки та ін. На маршруті можна спостерігати альпійські передгір'я з одного з найбільших оглядових майданчиків у всіх Альпах. Також національний парк, канатні дороги ну і смачна кухня.

2. **«Поїздка вздовж Лаго Маджоре».** Це унікальний туристичний маршрут протяжністю 60 кілометрів, який проходить по узбережжю Лаго Маджоре. Початок маршруту в місті Арона і проходить через Лезу, Стрези до Борромейських островів. На шляху можна спостерігати чудові ландшафти та озерний пейзаж, церкви, готелі, затишні садиби та багато іншого.

3. **«Винний маршрут К'янті».** Кільцевий маршрут протяжністю близько 80 км по території південної Тоскани. Під час прогулянки туристи можуть побачити велику кількість виноградників, взяти участь в процесі виготовлення вина у і звісно провести дегустацію найвідомішого марочного вина регіону – К'янті. Під час мандрівки спостерігатимуться чудові пейзажі цього регіону Італії.

Важливою є всіляка допомога туристам, яким важко зорієнтуватись на місцевості чи потрібно обміняти гроші. В Італії діє телефонна гаряча лінія для туристів Easy Italia. Оператори телефонної лінії володіють англійською, французькою, іспанською, німецькою, китайською, російською та італійською мовами. Туристи можуть отримати пораду і оперативну допомогу в разі поганого обслуговування, для запиту медичної допомоги, втручання правоохоронних органів, їм продиктують адреси туристичних центрів, познайомлять з інформацією про музеї, виставки, визначні пам'ятки і т. д.

Схарактеризовані вище туристично-рекреаційні ресурси Італії та певні кроки для розвитку туризму на рівні держави показують, що туризм може бути джерелом великих доходів і двигуном для розвитку інших галузей. Досвід Італії повинен активно використовуватись і Україною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Любіцева О.О. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник / О.О.Любіцева, В.К.Кіптенко, В.І.Стафійчук, І.Г.Хільчевська, І.Г.Смирнов та ін.. – К.: Альтерпрес, 2008. – 436 с.
2. Мальська М.П. та ін. Країнознавство: теорія та практика. Підручник / М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Ю.С.Занько, Н.М.Ганич - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 528 с.
3. Семенов В. Ф. Туристичне країнознавство: навчальний посібник / В. Ф. Семенов, С. В. Стеценко, В. Д. Олійник / за ред. В. Ф. Семенова. – Одеса: Атлант, 2010. – 340 с.
4. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин : Вид-во Ніжин. держ. ун-у імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
5. Все про Італію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poizdka.net/142-italiya.html>
6. Agenzia Nazionale del Turismo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.enit.it/it/>
7. Central Intelligence Agency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/it.html>
8. Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.beniculturali.it/>
9. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition>

Klapchuk M.V.

TRAVEL RESOURCES OF ITALY AS A BASIS FOR TOURISM DEVELOPMENT

Abstract. *In the article are characterized the Italian tourist resources. Also were investigated state influence on tourism. Were given the detail description of historical and cultural tourism resources as the basis for tourism development.*

Keywords: *tourism, Italy, tourism resources, development.*

Козів Ольга Володимирівна
студентка V курсу, спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Вітер Олександра Миколаївна
к.п.н., доцент кафедри економіки і маркетингу
Львівський інститут економіки і туризму

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

Досліджується роль конкурентоспроможності у функціонуванні готельних підприємств, визначається сутність та значення та поняття цієї наукової категорії, здійснюється аналіз методів оцінки конкурентоспроможності, пропонуються шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Ключові слова: *конкурентоспроможність готельних підприємств, готельні послуги, індустрія гостинності, ринок послуг, методи оцінки, фактор ефективності конкурентоспроможності готелю, конкурентоспроможність готельних послуг.*

З розвитком ринкового механізму проблема конкурентоспроможності підприємств готельного господарства різко загострилася, і її вирішення вимагає від усіх суб'єктів ринку активного пошуку шляхів і методів підвищення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. У зв'язку з цим підвищення конкурентоспроможності необхідно для закріплення позицій на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Оскільки конкурентоспроможність – це ключ до ринкового успіху товару та його виробника, а вирішення проблеми конкурентоспроможності – найскладніше завдання, в діяльності будь-якого підприємств готельного господарства, що вимагає узгодженої, цілеспрямованої роботи всіх підрозділів, особливим напрямком діяльності підприємств готельного господарства є розробка стратегічних підходів до вирішення цієї проблеми [1].

Так як підприємства готельного господарства представляють матеріальну основу туристичної галузі і несуть в собі величезний потенціал для сталого доходу в державний бюджет, то ефективний розвиток підприємств готельного господарства є стратегічно важливим напрямком для туризму. Як елемент інфраструктури, готельне господарство відображає облаштованість соціального простору в рамках міста, культурно-ділових об'єктів та виробництва. Діяльність підприємств готельного господарства сприяє зміцненню зв'язків, перетворюючи їх у систему інтеграційних процесів з реалізацією соціально-культурного обміну, з розвитком культури пізнання.

Окрім того, послуги розміщення є системоутворюючим елементом індустрії туризму, що дає підставу стверджувати, що саме вони мають

здатність генерувати мультиплікативний ефект впливу на суміжні галузі національної економіки [7, с. 8].

Проблематиці стосовно функціонування готелів і аналізом їх діяльності займаються такі вчені, як Г. Яковлев, Е. Балашова, А. Кусков, А. Медик, Х. Інграм, Л. Шмакова, В. Кохненко, О. Любіцева, Х. Роглев, В. Ревенко, П. Пуцентейло, М. Мальська, І. Пандяк та ін. Проблема визначення стратегічних напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячено ряд наукових досліджень таких відомих закордонних та вітчизняних авторів, як М. Портер, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, А. Дж. Стрикленд III, Девід У. Кревенс, І. Зулькарнаєв, Л. Ільясова, Л. Азоев, Є. Джанджугазова, Р. Фатхутдинов, І. Ліфіц, І. Спірідонов, А. Яновський та ін.

Аналіз вищезазначеної наукової літератури дозволив зробити висновок про недостатнє опрацювання і необхідність подальшого вивчення питань формування конкурентоспроможності готельних підприємств, оскільки автори ідей та концепцій досліджуваної проблематики залежно від своїх наукових поглядів по-різному обґрунтовують чинники та методи оцінки цієї категорії, що заважає розробці комплексного (системного) підходу до підвищення конкурентоспроможності як пріоритетного напрямку покращення функціонування готельних підприємств.

Досліджуючи проблематику конкурентоспроможності готельного підприємства, слід розглянути сутність наукової категорії «конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності» та методи її оцінки.

Передусім варто зазначити, що науково обґрунтованого і загальновизнаного поняття «конкурентоспроможність» на даний час немає. Незважаючи на різні підходи до визначення суті поняття, всі дослідники відмічають порівняльний і часовий (динамічний) характер цього показника.

Порівняльний характер означає, що конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту (країні, галузі, підприємству, товару чи послугі). Вона не впливає з його внутрішньої природи, а проявляється тільки за умов порівняння даного об'єкта з іншими. Результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності.

Часовий характер (динамічність) означає, що досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності об'єктом не може розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності діяльності. Протидія інших суб'єктів господарювання, рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть призвести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності [2, с. 105-106].

Конкурентоспроможність – це складне багаторівневе поняття, аналіз і оцінку якого необхідно найтіснішим чином пов'язувати з конкретним його рівнем. Конкурентоспроможність нараховує чотири рівні (рис. 1).



Рис. 1. Ієрархічна структура конкурентоспроможності

Між усіма цими рівнями існує тісна внутрішня і зовнішня залежність. Конкурентоспроможність країни та галузі в остаточному підсумку залежить від здатності конкретного товаровиробника випускати конкурентоспроможний товар.

Для нашого дослідження важливим є виокремлення конкурентоспроможності підприємства як складної економічної категорії. Адже поняття конкурентоспроможності пов'язане з визначенням сутності та ролі конкуренції, які обумовлені низкою ключових проблем господарської діяльності. Можливості підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежать від конкурентоспроможності товару, сукупності соціально-економічних і організаційних чинників, а також методів діяльності підприємства, які мають вплив на результати конкурентної боротьби. Останнім часом все більшого поширення на ринку готельних послуг набуває «утворююча» конкуренція, спрямована на пошук способів співпраці конкурентів в області збуту і маркетингу (напр., створення спільних

пропозицій для клієнтів готелями з конкуруючих груп, що знаходяться в різних містах) [5, с. 21].

Для сфери гостинності характерна висока ступінь конкуренції, залежність від сезонності, природних, загальнополітичних та інших зовнішніх факторів. Умови розвитку ринку готельних послуг, складність роботи на ньому диктуються також особливостями функціонування підприємств готельного господарства.

Економічна сутність готельної діяльності має нематеріальний характер. Готельні підприємства пропонують ринку свій продукт у вигляді послуги, у виробництво якої залучається і споживач. Таким чином, вихідним елементом у трактуванні терміна «конкурентоспроможність підприємств готельного господарства» можна вважати вподобання та вибір споживачів готельних послуг. Саме конкурентоспроможність виступає запорукою успішного переходу від кастомізації до персоналізації клієнтського досвіду.

У даному випадку конкурентоспроможність готелю може бути описана наступною формулою [5, с. 12]:

Конкурентоспроможність готелю = конкурентоспроможність готельних послуг + імідж (бренд), де

Конкурентоспроможність готельних послуг = якість + ціна + обслуговування.

Саме якість необхідно сьогодні розглядати як пріоритет в діяльності готельних підприємств. Під забезпеченням якості розуміється процес формування необхідних властивостей і характеристик послуги, здатних задовольняти або передбачати очікування споживача.

На основі вищезазначеного можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємств готельного господарства включає великий комплекс соціально-економічних характеристик, що визначають становище суб'єкта господарювання на ринку. З одного боку, це сукупність характеристик самого підприємства, яка визначається рівнем використання його виробничого, кадрового і маркетингового потенціалу. З іншого боку, зовнішніх по відношенню до нього соціально-економічних та організаційних умов, які дозволяють створювати такі послуги, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж у конкурентів. Бути конкурентоспроможним в умовах відкритої ринкової системи означає забезпечувати зрівнянні з міжнародними стандартами споживчі, якісні та цінові характеристики послуги незалежно від того, для зовнішнього або внутрішнього ринку вони призначені [7, с.11-12].

У розвинених країнах застосовують методики, що мають переважно конкретно-економічний, кількісний характер. Вони базуються на системному аналізі фірми, відображають її діяльність за всіма провідними параметрами (в тому числі аналіз ефективності використання ресурсів і рентабельності виробництва, аналіз стійкості функціонування організації тощо).

На наш погляд, застосування такої системи показників для виявлення рівня конкурентоспроможності готелю є недоцільним, так як більшість

розрахункової базової інформації складає комерційну таємницю підприємств. Більш ефективно у вітчизняних умовах господарювання в основу оцінки рівня конкурентоспроможності готелю закласти такі показники, як якість, ціна, рівень обслуговування, імідж та ін. [4].

Найбільш простими, зрозумілими й доступними методами, що не вимагають використання спеціальної документації про діяльність готельних підприємств, є:

- 1) метод складання карти стратегічних груп конкурентів;
- 2) метод, заснований на визначенні ринкової частки;
- 3) метод балів;
- 4) графічний метод – побудова багатокутника конкурентоспроможності;
- 5) метод рангів;
- 6) метод порівняльних переваг.

Також для оцінки рівня конкурентоспроможності готельних підприємств можливим є використання методів, зазначених у таблиці 1.

Таблиця 1.

Можливі методи оцінки конкурентоспроможності підприємств
готельної індустрії

Найменування методу	Характеристика	Можливість застосування для готельних підприємств
SWOT-аналіз	Дозволяє проаналізувати слабкі й сильні сторони підприємства, потенційні небезпеки й загрози, виявити існуючі можливості для розвитку	Можливо в повній мірі
Профіль полярностей	В основі методу лежить визначення показників, за якими підприємство випереджає або відстає від конкурентів	Показує напрямки, на які повинне звернути увагу керівництво готелю для виживання в конкурентній боротьбі
Метод експертних оцінок	Заснований на узагальненні думок фахівців-експертів про ймовірність ризику	Допомагає отримати інформацію, необхідну для вироблення управлінського рішення
Метод «4Р»	Дозволяє дати кількісну оцінку окремих факторів і всіх факторів у цілому. Заснований на порівняльному аналізі підприємств конкурентів за	Дозволяє гнучко реагувати на зміни й зміцнювати власні конкурентні позиції

		наступними факторами: продукт, ціна, просування на ринку, регіон і канали збуту	
	Оцінка на базі якості продукції	Даний метод складається в зіставленні ряду параметрів продукції, що відображають споживчі властивості	Дає можливість одержати ряд «параметричних» індексів, що характеризують ступінь задоволення потреби в готельних послугах

** Таблиця складена автором за матеріалами: [6, с. 500-502]*

Конкурентоспроможність готельних підприємств треба оцінювати комплексно за всіма критеріями й напрямками діяльності, отже, можливе застосування декількох методів одночасно.

Важливим також є оцінка готельного ринку як конкурентного середовища готельного підприємства: його ємність, рівень конкуренції тощо. Для аналізу стану ринку готельних послуг широко використовується індексний метод, заснований на розрахунку спеціальних показників та їх порівнянні. При цьому найважливішими показниками є коефіцієнт завантаження номерного фонду і середня ціна номера. Ці показники є необхідною базою для розрахунку відповідних індексів.

На основі виявлених характеру ринкового середовища, специфіки конкуренції, особливостей і тенденцій розвитку ринку готельних послуг, а також потреб і переваг цільового сегмента, можливим є розробка організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств, який повинен враховувати фактори, які активно впливають на формування вказаної категорії, а саме асортимент послуг; якість обслуговування, виражена через показник задоволеності споживачів отриманими послугами; ціна і доля ринку [3].

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір додаткових послуг. Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. Необхідно зазначити, що рушійною силою конкуренції є стимул до нововведень. Саме на основі нововведень можливо підвищувати якість послуг, покращувати їх корисний ефект, розширювати спектр пропозиції, тим самим формувати конкурентні переваги даного готелю.

Забезпечення конкурентоспроможності послуг та готелю потребує новаторського, підприємницького підходу, суттю якого є пошук і реалізація інновацій.

Таким чином, на основі вищевказаного можна стверджувати, що конкурентоспроможність виступає найважливішим фактором забезпечення ефективного та прибуткового розвитку підприємств індустрії гостинності. Саме ця категорія визначає здатність готельних підприємств функціонувати

не тільки в поточних фінансово-економічних і політичних умовах, а й в умовах фінансово-економічної кризи. Тому управління конкурентоспроможністю є стратегічно необхідним та передбачає сукупність заходів щодо систематичного вдосконалення послуг, постійного пошуку нових видів реклами, нових груп потенційних клієнтів, поліпшення сервісу тощо.

Список використаної літератури

1. Бабанчикова О.А. Управление конкурентоспособностью гостиничного предприятия: теория и практика / О. А. Бабанчикова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rguts.ru/files/electronic_journal/number18/1.doc
2. Бидик А. Г. Визначення стратегічного потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / А.Г. Бидик // Економіка АПК. – 2002. - №4. – С.105-110.
3. Грабовенська С.П. Стратегія розвитку готельного господарства / С. П. Грабовенська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://joomla.spkneu.org/>
4. Захарова И.А. Исследование конкурентоспособности предприятия сферы гостеприимства / И.А. Захарова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://infotour.in.ua/statti_tourism/zaharova.htm.
5. Косвинцева Е.Н. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных предприятий промышленного центра: автореф. дис...канд. экон. наук / Е.Н. Косвинцева. – М., 2009. – 23 с.
6. Леонт'єва Ю.Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств / Ю.Ю. Леонт'єва, К.А. Рудакова // Науково-технічний збірник. – 2012. – №102. – С. 499-503.
7. Стороженко Р. С. Обеспечение конкурентоспособности пердприятий гостиничного бизнеса: автореф. дис.. .канд. экон. наук / Р. С. Стороженко. – СПб., 2011. – 19 с.

*Koziv O. V.
Viter O. M.*

AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS INCREASE THE EFFICIENCY OF HOTEL ENTERPRISES

Annotation

The role of competitiveness in the operation of the hotel enterprises, defined the nature and value of scientific concepts and categories, the analysis methods for assessing competitiveness, there are ways to enhance the competitiveness of enterprises hospitality industry.

Keywords: *competitive hotel companies, hotel services, hospitality industry, services market, evaluation methods, efficiency factor of competitiveness at the competitiveness of hotel services*

*Крап-Снісак Наталія Павлівна кандидат технічних наук, викладач
кафедри природничо-математичних дисциплін та інформаційних
технологій, Львівський інститут економіки і туризму
Юзевич Володимир Миколайович доктор фізико-математичних наук,
професор фізико-механічного інституту імені Г.В.Карпенка НАН України*

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ НЕДОМІНОВАНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ДЛЯ АНАЛІЗУ РОБОТИ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Анотація: У статті для аналізу роботи суб'єктів туристичної діяльності Львівської області використано модифікований метод недомінованих альтернатив. Введено поняття функції приналежності та міру нечіткості за проектом, записано математичну модель задачі для вибору оптимального значення кількості числа туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області за країнами призначення. На підставі аналізу даних по розподілу туристів, які обслужені суб'єктами туристичної діяльності Львівської області за країнами відправлення визначено країну в якій є оптимальне значення числа обслужених туристів. Використаний модифікований метод недомінованих альтернатив оптимізує роботу працівників туристичних фірм по обслуговуванні туристів.

Ключові слова: метод недомінованих альтернатив; функція приналежності; міра нечіткості за проектом; оптимальне значення кількості туристів; відношення нечіткості.

Вступ

Швидкий розвиток туризму вимагає розробки нових підходів та методів для аналізу кількості туристів у системі управління проектами. На сьогодні в Україні існує важлива науково-практична проблема розроблення нових методів у системі управління проектами щодо розкриття та обґрунтування системних засад керування потоками туристів.

Актуальною проблемою в системі управління проектами є застосування модифікованого методу недомінованих альтернатив для вибору оптимального значення туристів шляхом введення поняття міри нечіткості за проектом.

Комплексний аналіз та вибір оптимального значення числа туристів для країн дослідження є основою для розробки рекомендацій та прийняття рішень у системі управління проектами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Задачі нечіткої логіки розглянуто у працях: Борисова А., Сааті Т., Кернса К., Сявавка М. та інших авторів. [9]

Проблематика з питання керування конфігураціями туристичних потоків у сфері управління проектами є вивчена недостатньо і вимагає використання нових підходів та методів. Їх розробка і впровадження повинні

здійснюватися з урахуванням загального контексту управління проектами у процесі керування конфігураціями туристичних потоків. При розв'язанні задач багатокритеріального вибору в туризмі виникає складність проведення експертизи та трудомісткість отримання вихідної експертної інформації, яка часто є неповною та протирічливою. У цих об'єктивно існуючих умовах доцільно вибрати ті методи, які потребують найменшого часу спілкування з експертами. Використання модифікованого методу недовідоманих альтернатив дає можливість вибирати серед можливих альтернатив оптимальне значення кількості туристів. Визначення альтернатив здійснюється шляхом встановлення пріоритетів із використанням різноманітних загальних методів керування, що використовуються при виборі рішення із деякої множини альтернатив.

Формулювання мети статті

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати наступні задачі:

1. розробити модель керування для визначення оптимального значення кількості туристів;
2. провести дослідження кількості туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області та вибрати оптимальне значення.

Виклад основного матеріалу

У процесі керування конфігураціями туристичних потоків здебільшого немає чіткого і обґрунтованого уявлення про альтернативи, які мають найістотніші переваги на практиці, а також про можливі результати вибору тієї чи іншої альтернативи, саме тому як міру впевненості відносно переваг на множині альтернатив обирають їх порівняльну оцінку, яка може бути виражена кількістю обслужених туристів або за допомогою функції належності з інтервалу $[0;1]$. Результатом такого порівняння стає те, що кожній парі $(x_i; x_j)$ альтернатив ставиться у відповідність певне число за допомогою якого і характеризується міра виконання переваги при їхньому порівнянні за обраним критерієм:

$$U = \{x : x \in X, \mu_c(x) = \sup_{x \in X} \mu_c(x)\}, \quad (1)$$

Такий опис відношення переваги дає змогу розробити модель системи для опису туристичних потоків.

У зв'язку з цим необхідно створити проект з допомогою якого із використанням модифікованого методу недовідоманих альтернатив вибрати оптимальне значення туристів.

Для дослідження числа туристів використаємо модифікований метод недовідоманих альтернатив, який дає можливість вибрати оптимальне значення числа туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області за країною призначення.

У результаті вивчення інформації про кількість туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області (за даними державних органів статистики) та відповідних розрахунків встановлено, що найкращою є альтернатива вибору таких країн для кожного року дослідження, для якої

значення функції приналежності $\mu_i(x_j)$ і відповідних компонент X_i будуть найбільшими, а щодо міри нечіткості, то вона повинна бути мінімальною.

Відповідно до цього модель задачі наступна:

$$\mu_i(x_j) \rightarrow \max, \quad (2)$$

$$DD(U) \rightarrow \min, \quad (3)$$

$\mu_U(x_i)$ – функція належності числа туристів на множині U

де x_i – кількість туристів, які обслужені суб'єктами туристичної діяльності в заданій країні для заданого року дослідження.

де міру нечіткості $DD(U)$ за проектом обчислюють за допомогою формули (5) :

$$DD(U) = 1 - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n |2\mu_U(x_i) - 1|, \quad (4)$$

де U – множина країн дослідження $U = \{U_1, U_2, \dots, U_{21}\}$

На основі умов прийняття альтернативних рішень є змога оцінити наявне число туристів і вибрати оптимальне значення .

1. обчислюємо максимальний елемент у заданій множині (країна або рік дослідження);

2. побудуємо матрицю C елементи, якої обчислюємо за формулою:

$$c_{ij} = \frac{b_{ij} \cdot k_{\max}}{k_j}, i = \overline{1, n}; j = \overline{1, m}; \quad (5)$$

3. обчислюємо значення функції належності за формулою:

$$\mu_U(x_i) = \frac{c_{ij}}{c_{i\max}}, \quad (6)$$

4. обчислюємо максимальне значення функції належності за певним параметром (країна або рік дослідження);

5. визначаємо оптимальне значення кількості числа туристів за заданим параметром (країна або рік дослідження).

6. обчислюємо максимальний елемент у заданій множині (країна або рік дослідження).

Нехай заданий розподіл громадян обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області за країнами відправлення. Необхідно визначити оптимальний розподіл кількості туристів за країнами дослідження. Дані подані в таблиці 1.[10]

Таблиця 1. – Розподіл громадян обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області, за країнами відправлення (осіб)

		2012	2013	2014	2015
Усього		63706	131530	61465	60830
Австрія	U_1	645	2424	2161	2616
Азербайджан	U_2	0	1	1	0
Білорусь	U_3	2	0	0	0
Болгарія	U_4	10153	11788	7071	10636
Греція	U_5	2526	4970	9195	4506
Єгипет	U_6	7971	6511	5828	8347

Ізраїль	U_7	895	1607	583	408
Італія	U_8	1309	5264	1583	2185
Молдова	U_9	119	0	5	0
Німеччина	U_{10}	70	3136	458	1404
Польща	U_{11}	8801	22549	6667	5303
Російська федерація	U_{12}	92	17	4	3
Словаччина	U_{13}	285	11025	3102	3042
США	U_{14}	19	7	52	10
Туреччина	U_{15}	9520	9482	5925	8047
Угорщина	U_{16}	3551	17051	3679	4156
Франція	U_{17}	1222	4563	675	336
Хорватія	U_{18}	3013	2835	523	1110
Чехія	U_{19}	2898	14854	6452	2703
Чорногорія	U_{20}	6892	8795	4176	2422
Інші країни	U_{21}	3723	4651	3325	3596

Нехай розглянемо лінгвістичну змінну $U=\{\text{число громадян України, обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області}\}$ та нечітку змінну – множину термів X – кількість туристів за країнами відвідування за кожним роком дослідження: $X=\{x_{ij}\}$, де $i=\overline{1,21}$, $j=\overline{1,4}$.

Індекс i відповідає за кількість обслужених туристів за країнами дослідження, а індекс j відповідає за кількість обслужених туристів за роками дослідження.

Використана модель керування кількістю туристів за країнами призначення на основі аналізу умов прийняття альтернативних рішень дає можливість визначити країну в якій для кожного року дослідження є оптимальне значення числа туристів. Розглянемо множину термів $X_{ij}=f(x_{ij})$, де $i=\overline{1,21}$, $j=\overline{1,4}$, яка описує терм за країною дослідження та для кожного року дослідження.

Обчислимо значення функції належності μ_i кількості туристів для кожної з країн дослідження та міру нечіткості за проектом. Результати досліджень подані в таблиці 2.

Таблиця 2. – Результати досліджень

	2012	2013	2014	2015
	μ_i	μ_i	μ_i	μ_i
Усього				
Австрія	0,16802	0,00758446	0,000125239	1,43623E-07
Азербайджан	0	0	0	0
Білорусь	0,01381	0	0	0
Болгарія	0,05394	0,00050067	2,52665E-06	7,12669E-10
Греція	0,11591	0,00255184	9,90311E-06	6,59328E-09
Єгипет	0,04966	0,00083452	5,10963E-06	1,83645E-09
Ізраїль	0,05391	0,00367053	0,000224662	1,65193E-06

Італія	0,10911	0,00226817	5,11287E-05	7,01996E-08
Молдова	0,01439	0	0	0
Німеччина	1	0,03489245	0,00271854	5,80885E-06
Польща	0,06799	0,00032991	1,76578E-06	9,98935E-10
Російська федерація	0,01742	0,11209602	1	1
Словаччина	0,84589	0,00839538	9,65758E-05	9,52424E-08
США	0,06397	1	0,686224846	0,205867454
Туреччина	0,04784	0,00055208	3,32495E-06	1,23957E-09
Угорщина	0,11061	0,00070983	6,88481E-06	4,96979E-09
Франція	0,07681	0,00184205	9,73793E-05	8,69458E-07
Хорватія	0,03429	0,00132366	9,03118E-05	2,44086E-07
Чехія	0,12824	0,0009447	5,22478E-06	5,79887E-09
Чорногорія	0,04466	0,00055565	4,74799E-06	5,88108E-09
Інші країни	0,05674	0,00133499	1,43271E-05	1,19525E-08

Для кожної з країн дослідження обчислюємо оптимальне значення кількості туристів використовуючи модифікований метод недомінованих альтернатив.

Провівши дослідження згідно алгоритму методу недомінованих альтернатив визначимо оптимальне значення кількості туристів в заданій країні для кожного року дослідження.

Отже, для 2012 року оптимально вибрати країну Німеччина, для якої значення $\mu_i = 1$ для 2013 року оптимально вибрати країну США, для якої значення $\mu_i = 1$; для 2014 року оптимально вибрати країну Російська федерація, для якої значення $\mu_i = 1$; для 2015 року оптимально вибрати країну Російська федерація, для якої значення $\mu_i = 1$.

Обчислене оптимальне значення кількості туристів для кожного року дослідження із використанням вибору кращої альтернативи дає можливість аналізувати тенденції розвитку туризму в заданому регіоні дослідження.

Висновки

Використана математична модель задачі (2) на основі аналізу умов прийняття альтернативних рішень дає змогу оцінити наявне значення кількості туристів за країнами призначення і вибрати серед них оптимальний варіант. Вибір оптимального значення кількості туристів на множині альтернатив дає можливість оптимізувати роботу працівників туристичних підприємств.

Список літератури

1. Банько В.Г. Туристська логістика: Навчальний посібник: - К.: Дакор, КНТ, 2008.- 204с. – ISBN 978-966-373-358-6
2. Диленко В. А. Экономико-математическое моделирование инновационных процессов: монография / В.А. Диленко/ Одесский национальный политехнический университет..Одесса: Фенікс, 2013.. 345 с.

3. Дослідження операцій в моделюванні управлінських рішень: [навчальний посібник] / [М.Н. Бідняк ... [та ін.]/ Національний транспортний університет. – Київ: НТУ, 2013. – 222 с.: іл. – ISBN 9789666321858.

4. Дрінь, М.М. Математичне моделювання природничих процесів: навчальний посібник / М.М. Дрінь/ Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010 – ч.: табл. 519.63:536.2(075.8)

5. Крап Н.П. Методологія управління проектами на основі підходу нечіткого відношення переваги / Н.П. Крап, В.М. Юзевич // Збірник наукових праць Управління розвитком складних систем – 2012. – № 10 – с. 53–56

6. Крап Н.П. Метод недомінованих альтернатив в контексті управління конфігураціями проектів для аналізу туристичних потоків / Н.П. Крап, В.М. Юзевич // Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності серія Управління проектами і програмами № 7, 2013р. – с. 100–108

7. Крап-Спісак Н.П. Метрологічні числа у системі управління проектами / Н.П.Крап-Спісак, В.М. Юзевич // Збірник наукових праць “Управління розвитком складних систем”. – 2015. – № 24. – с. 70-74.

8. Сявавко М. С. Математика прихованих можливостей: навчальний посібник / Мар'ян Сявавко / Національний університет "Острозька академія". – Острог: Видавництво Національного університету "Острозька академія", 2011. – 394 с.: іл.– ISBN 9789662254426.

9. Цюцюра С.В., Криворучко О.В., Цюцюра М.І. Теоретичні основи та сутність управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень / С.В.Цюцюра., О.В.Криворучко.,М.І.Цюцюра // Збірник наукових праць “Управління розвитком складних систем”. – 2012. – № 9. – с. 53-58.

10. Сайт Державного агентства Львова з туризму і курортів Режим доступу: [http // www.lv.ukrstat.gov.ua](http://www.lv.ukrstat.gov.ua)

*Krap-Spisak N.P.
Yuzevich V. M.*

USING THE METHOD UNDOMINATED ALTERNATIVES FOR ANALYSIS OF SUBJECTS OF TOURISM LVIV REGION

Abstract. *In an article for analysis of the subjects of tourism Lviv region used method undominated alternatives. The concept of membership function and the degree of vagueness, recorded a mathematical model for the problem of choosing the optimal number of tourists serviced subjects of tourism Lviv region in countries of destination. The algorithm for solving the problem of choosing the optimal configuration tourist flows using the method undominated alternatives. On the basis of the distribution of citizens of Ukraine served the subjects of tourism Lviv region, by country of origin and the country defined which is the optimum quantity of served tourists. Method used undominated alternatives will optimize the employees of travel agencies servicing tourists.*

Keywords: *method undominated alternatives; membership function; the degree of fuzziness; the optimum number of tourists; the ratio of fuzziness.*

*Кучинська І.В., к.б.н., доцент
Рондяк М.І., студентка 3 курсу
Львівський інститут економіки і туризму*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВОВА)

Стаття присвячена актуальним проблемам та особливостям розвитку міського туризму у Львові. Досліджено сучасний стан розвитку туристичної галузі Львова, проаналізовано структуру та динаміку туристичних потоків, охарактеризовано ключові ринки та окреслено маркетинговий профіль туриста. а також оцінено внесок туризму в економіку міста. Сформульовано головні проблеми розвитку туризму у Львові та запропоновано рекомендації щодо їх вирішення.

Ключові слова: міський туризм, дестинація, маркетинговий профіль туристичні потоки, туристичне навантаження, бренд, Львів.

Сьогодні міський туризм як окрема складова туристичної індустрії набуває все більшої популярності. Він базується на ресурсах міського середовища і охоплює широкий спектр видів діяльності, доступних для відвідувачів, що прибувають у місто з пізнавальною, розважальною, діловою чи іншою метою [7]. Сучасний міський туризм по суті акумулює в собі елементи інших видів туризму, таких як культурно-пізнавальний, розважальний, релігійний, подієвий, діловий тощо, чим і визначається його популярність серед туристів.

Проблеми комплексного використання міського середовища в туристичних цілях на сьогодні ще недостатньо досліджено в Україні і, зокрема, у Львові, що і зумовлює актуальність теми даної роботи.

Досі в наукових колах точиться дискусія щодо поняття міського туризму, його феномену та співвідношення з такими поняттями як «туризм у місті» чи «туризм на міських територіях». Основна проблема зводиться до питання про те, чи існують теоретичні підстави для виокремлення міського туризму як окремої категорії, що піддається опису та інтерпретації. Думки з цього питання як в зарубіжній, так і в вітчизняній літературі, є різними - від визнання міського туризму як окремого явища і категорії досліджень аж до ототожнення його зі всіма формами туризму, які розвиваються у сучасному місті [6, 7, 9]. На нашу думку найточніше розкриває поняття міського туризму польський дослідник А. Ковальчик, який визначає міський туризм, як окремий вид туризму, метою якого є відвідування і пізнання міста, яке трактується як культурна спадщина і визнається за неподільний елемент туристичного простору [8]. Особливостями міського туризму є: короткий термін перебування; неосновна відпустка (переважно тур вихідного дня); порівняно висока частка ділового туризму; короткий термін планування та бронювання подорожі; менша залежність від погодних умов; менші сезонні коливання.

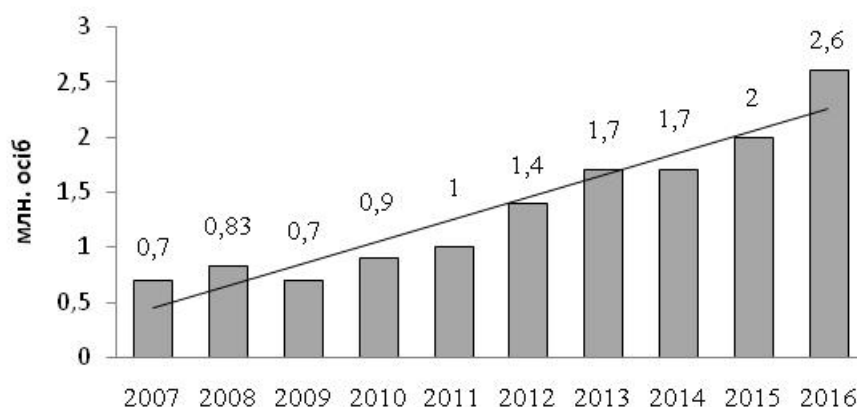
Місто Львів є одним із найбільш перспективних міст України для розвитку міського туризму завдяки наявності на його території розвинутої туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, розважальні заклади), значній кількості історико-культурних ресурсів (музеїв, сакральних споруд, архітектурних пам'яток, тощо), а також зручному географічному розташуванню та транспортній доступності.

Офіційної статистичної інформації щодо кількості туристів у Львові немає, що пов'язано із відсутністю єдиної загальноприйнятої методики їх обліку. Однак Львівська міська рада починаючи з 2011 року активно намагається використовувати різні інформаційні джерела та проводить маркетингові дослідження, спираючись на позитивний досвід європейських міст.

Для дослідження структури та динаміки туристичних потоків у Львові нами використано 3 основні джерела інформації щодо кількості туристів [1, 2, 3]:

- система "Туристичний барометр" на офіційному туристичному порталі ЛМР
- матеріали Центру туристичної інформації ЛМР щодо кількості звернень туристів
- результати маркетингових досліджень Інституту розвитку міста на замовлення ЛМР

Кількість туристів у Львові в останні 10 років має виразну тенденцію до зростання. За даними Львівської міської ради, у 2016 р. місто відвідало 2,6 млн. осіб. За період з 2007 по 2016 роки кількість туристичних прибуттів зросла в 3,7 разів. Ця тенденція залишилась незмінною навіть у 2014 році на фоні спаду розвитку туризму у країні, пов'язаного із військовим конфліктом з Росією, нестабільною політичною ситуацією та економічною кризою. У 2016 р Львів продемонстрував один із найвищих темпів зростання кількості туристів в Україні (на 30 % порівняно з 2015 р.).

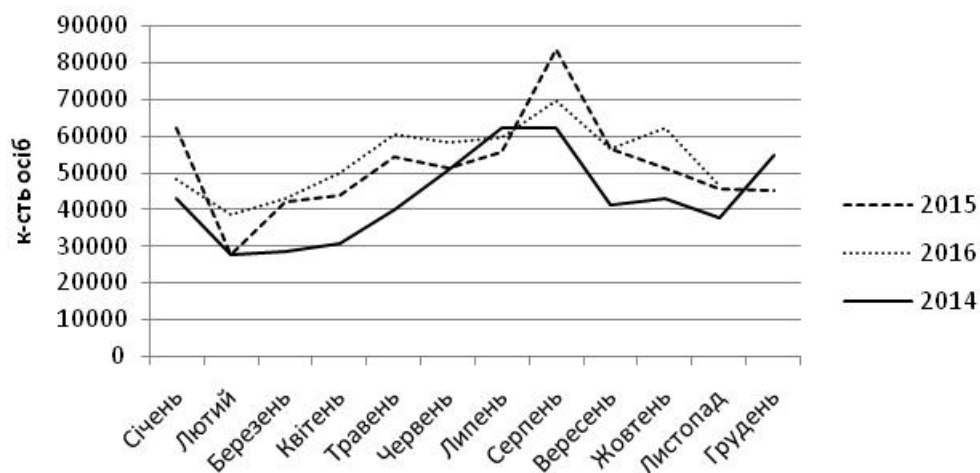


*Рис 1. Загальна динаміка кількості туристів у Львові в 2007-2016 рр.
(складено авторами за даними [2, 3])*

Для проведення аналізу сезонної динаміки туристичних потоків у Львові нами використано та опрацьовано матеріали, системи «туристичний

барометр». Ці дані хоч і не відображають абсолютної чисельності туристів, зате дають змогу простежити їх розподіл в часі та визначити ключові ринки.

Туристичні потоки у Львові мають сезонний характер, хоч в останні роки спостерігається тенденція до згладжування ефекту сезонності. Найбільший пік відвідування спостерігається влітку (у липні-серпні), оскільки саме на ці місяці припадає період літніх відпусток. Другий традиційний пік припадає на початок січня (період новорічних та Різдвяних свят). В останні роки зростає кількість туристів у травні (в період травневих свят та Дня міста) та у вересні-жовтні (час проведення різноманітних фестивалів). Найменша кількість туристів у Львові у всі роки відмічена в лютому.



*Рис. 2. Сезонна динаміка загальної кількості туристів, облікованих Львівським туристичним барометром у 2014-2016 рр.
(складено авторами за даними [1])*

Львів є привабливим містом для іноземних туристів. Протягом останніх 10 років місто відвідали туристи із понад 100 країн світу.

У 2016 р. близько третини всіх туристів у Львові складала іноземні туристи, решту – туристи з інших міст та регіонів України. Співвідношення внутрішніх та іноземних туристів за даними різних інформаційних джерел цей показник дещо відрізняється. Так, за кількістю звернень в ТІЦ, частка туристів України складала 64%, за даними закладів розміщення, представлених в системі «туристичного барометра» – 69%, у в'їзному пасажиропотоці Львівського аеропорту – 25-30%. Згідно результатів опитувань, проведених Інститутом розвитку міста в червні 2016 р. частка українських туристів складала 56,2%, а у вересні 2016 р. – 64%. Співвідношення внутрішніх та іноземних туристів значною мірою коливається по роках. За даними Центру туристичної інформації, найменша кількість звернень від іноземних туристів надійшла у 2014 році (27%), а найбільша – у 2011-2012 рр. (58% та 56% відповідно).



Рис. 3. Співвідношення внутрішніх та іноземних туристів у Львові в 2011-16 рр. за даними Центру туристичної інформації (складено авторами за [1, 3])

Ключовими ринками для Львова в останні роки є Польща, Туреччина, Німеччина, США, Білорусь. Важливу роль в постачанні іноземних туристів відіграють також такі країни як Великобританія, Австрія, Франція, Італія, Іспанія, Канада, Чехія, Нідерланди, Ізраїль. Географія відвідувачів міста протягом років змінювалась неодноразово. Так, до прикладу, у період з вересня 2011 по листопад 2014 року стабільно значною була частка туристів з Російської Федерації, та у зв'язку із подальшим погіршенням стосунків між державами сьогодні їхня кількість помітно зменшилась.

За даними маркетингових досліджень Інституту розвитку міста [2], середньостатистичні туристи Львова – це переважно люди від 18 до 35 років, з вищою освітою, з середнім або високим рівнем достатку. Основна мета подорожі туристів – це відпочинок та розваги (67%-80%) Частка ділових туристів складає коливається від 10% до 18% і в останні роки має тенденцію до збільшення завдяки активному позиціонуванню міста як центру проведення міжнародних та національних ділових заходів. Найпопулярнішим видом транспорту, яким туристи прибувають до Львова є залізничний, ним подорожує в середньому 44,5% туристів (головним чином внутрішніх). Іноземці ж надають перевагу автомобілям, рейсовим автобусам чи літакам. При виборі засобу розміщення туристи найчастіше поселяються в готелі (в середньому 25%), в родичів чи друзів або в хостелі. Середня тривалість перебування туриста у Львові в цілому має тенденцію до зростання і у червні 2016 року становила 3,91 день. Спостерігається також збільшення частки туристів, що приїжджають до Львова повторно (у 2016 році цей показник становив 61,7– 67,8%) Найбільш популярними видами туристичних занять у Львові є самостійні екскурсії містом, а також відвідування кафе, кав'ярень та ресторанів.

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш прибуткових та перспективних галузей економіки. Львів, як перспективна туристична дестинація в останні роки демонструє стабільно високі показники зростання туристичної галузі. В цьому місті туризм став однією з основних статей доходів до бюджету, важливим фактором його економічного зростання та

створення нових робочих місць. Лише у 2016 р. в обслуговуванні туристів було зайнято близько 100 тис. населення (13% населення міста) [3].

Для оцінки загальної кількості коштів, які залишають туристи у Львові протягом року, ми використали результати маркетингових досліджень Інституту розвитку міста протягом 2012-2016 рр., а саме такі показники, як середні витрати туриста протягом дня і за весь період перебування, а також середню тривалість перебування туристів у Львові (табл. 1).

Як видно з таблиці, протягом досліджуваного періоду середні витрати туристів за один день та за весь період перебування помітно скоротилися. Це частково може бути пов'язано з погіршенням економічної ситуації в країні та збільшенням частки внутрішніх туристів, які загалом витрачають менше коштів. Однак збільшення загальної кількості туристів в місті та середнього терміну їх перебування в останні 2 роки призвело до зростання кількості коштів, отриманих містом від туристів. Загальний обсяг коштів, витрачених туристами у Львові, склав у 2016 р. понад 400 млн. EUR і має тенденцію до збільшення. В структурі витрат туриста у 2016 р. найбільшу частку складали додаткові витрати на розваги, самостійне харчування та дрібні покупки. На другому місці – транспортні послуги і лише на третьому – проживання

Таблиця 1

Розрахунок загального обсягу надходжень від туризму у Львові*

Показник	2012	2013	2014	2015	2016
Витрати 1 туриста за увесь період перебування у Львові (EUR)	302	195	198	126,5	130
Витрати 1 туриста на 1 день перебування у Львові	86	69,5	58	71	48,5
Середня тривалість перебування	3,32	3,06	3,27	3	3,465
Загальна кількість туристів, млн. осіб	1,4	1,7	1,7	2	2,6
Загальний обсяг надходжень від туризму млн. EUR	399,7	361,5	322,4	426	436,9

* Складено авторами за [2, 3].

Туризм у Львові є важливим джерелом податкових надходжень до бюджету. З даними ЛМР, протягом 2016 року до місцевого бюджету Львова надійшло 281137,91 тис грн. податкових надходжень від суб'єктів підприємницької діяльності, які працюють у галузі туризму [2]. Це втричі більше, аніж аналогічний показник у 2009 році. Загалом, щороку спостерігається приріст податкових надходжень мінімум на 7%, а в 2015 році приріст сягнув 99% (в порівнянні до попереднього року). Винятком став лише 2014 рік, коли спостерігався спад податкових надходжень на 13%, що було спровоковано економічною кризою в країні. Найбільше податків надходить від суб'єктів підприємницької діяльності в сфері готелів та інших закладів розміщення, ресторанів, закладів харчування та закладів роздрібної торгівлі (сувенірні магазини). Важливою складовою у загальній структурі надходжень від туризму є туристичний збір. Ставка туристичного збору у Львівській області складає 1% від вартості послуг, а сплачують його туристи, що перебувають у засобах тимчасового розміщення. У 2016 р. загальна сума

сплаченого туристичного збору складала 3,979 млн. грн. і збільшилась на 53% порівняно з попереднім роком.

Сьогодні місто Львів має сформований туристичний бренд, який приваблює до себе туристів. Головними складовими бренду Львова є багата історична та культурна спадщина (пам'ятки, театри, музеї), інфраструктура міста (засоби розміщення, заклади харчування, транспортна розв'язка та ін.) і заходи, що привертають увагу гостей (фестивалі, концерти, спортивні заходи та ін.). За даними опитувань, проведених у різні роки Інститутом розвитку міста, найважливіші асоціації, пов'язані в туристів зі Львовом, можна описати наступними словами: старовинне місто із збереженими традиціями і культурою; вражаюча архітектура; місто кави і кав'ярень; унікальна атмосфера міста; гостинність мешканців. Серед найважливіших символів Львова туристи також називають пиво, шоколад, храми міста, бруківку, скульптури левів, фестивалі тощо.

Розвиток туризму в місті також має свої переваги і недоліки. З одного боку, він прискорює економічне зростання міста, збільшує кількість робочих місць, розвиває туристичну інфраструктуру, виконує функцію формування добробуту населення, активізує виробництво, споживання, торгівлю, а з іншого боку неконтрольований розвиток туризму призводить до забруднення міської території, підвищення цін на товари та послуги, а також веде до погіршення економічних умов життя місцевого населення (табл. 2).

Таблиця 2

Переваги і недоліки розвитку туризму у Львові

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> • Збільшення робочих місць; • покращення зовнішнього вигляду міста; • збільшення платоспроможності та життєвого рівня населення; • підвищення прибуткової частини бюджету міста, притік іноземної валюти; • історико-культурне відродження міста, відновлення об'єктів культурної спадщини; • поява нових закладів розміщення і харчування • зростання конкуренції та підвищення якості послуг • покращення стану доріг і транспортного сполучення • активізація виробництва, споживання, та торгівлі, розвиток підприємництва • формування позитивного іміджу та бренду Львова, в тому числі на міжнародному ринку 	<ul style="list-style-type: none"> • Нерівномірний розподіл туристичного навантаження, перенасичення туристами центральної частини міста; • створення суттєвих незручностей для місцевого населення через велику кількість туристів (шум, затори, черги, відсутність вільних місць у закладах харчування тощо); • засмічення території міста, особливо під час проведення масових заходів; • недбайливе ставлення туристів до ресурсів міста; • підвищення цін на товари та послуги • витіснення місцевих жителів за межі центральної частини міста; • диспропорція в розвитку різних галузей господарства на користь тих, що задіяні в туризмі; • втрата автентичності міста через засилля масового продукту, розрахованого на туриста

Найважливішою проблемою розвитку туризму у Львові на сьогодні є нерівномірний розподіл туристичних потоків та перевищення туристичного навантаження у центрі міста. Основне туристичне навантаження припадає на центральну частину Львова, зону середньовічного міста, де зосереджено більше половини всіх закладів розміщення та через яку пролягає 80 відсотків всіх туристичних маршрутів. Натомість значна частина території міста, в тому числі так званий «близький центр», практично не задіяні у туристичній діяльності.

Для вирішення цієї проблеми найважливішими кроками є:

- запровадження системи довгострокового моніторингу туристичного навантаження в місті,
- розширення туристичних меж міста за рахунок туристично привабливих районів поза центром міста;
- згладження ефекту сезонності,
- розширення туристичної спеціалізації Львова, розвиток нових видів туризму та створення нових туристичних продуктів.

Таким чином Львів сьогодні є перспективною дестинацією міського туризму і його популярність постійно зростає. Ключовим завданням для міста на сучасному етапі є не лише збільшення кількості туристів, але й подолання викликів, пов'язаних із цим збільшенням. Оптимізація туристичних потоків в місті та розвиток нових туристичних продуктів дозволить вивести туризм у Львові на якісно новий рівень і перетворити Львів на одну із туристичних столиць Європи.

Література:

1. Дані Львівського туристичного барометру [Електронний ресурс] // Центр розвитку туризму м. Львова - Режим доступу: <http://www.touristinfo.lviv.ua/uk/b2b/Tourist%20barometr/>
2. Дослідження ринку відпочинкових туристів у Львові_динаміка 2011-2016 [Електронний ресурс] // Центр розвитку туризму м. Львова - Режим доступу: <http://www.touristinfo.lviv.ua/uk/b2b/Marketing%20Surveys%20Results/>
3. Звіт Львівського туристичного офісу 2016 [Електронний ресурс] // Центр розвитку туризму м. Львова - Режим доступу: <http://www.touristinfo.lviv.ua/uk/b2b/Presentations/>
4. Писаревський І.М. Туризм і місто: баланс інтересів / І.М. Писаревський// Комунальне господарство міст. - 2011. - №100. - С.368-373.
5. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions (Hardcover) / Anholt Simon. – Basingstoke [England]; New York: Palgrave Macmillan, 2007. - 134 p.
6. Ashworth, Gregory, Page, Stephen., "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes", *Tourisme Management*, no. 32, (2011), p. 1-15.
– Режим доступу http://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/14.25.20_Urban%20tourism%20researchRecentprogressandcurrentparadoxes.pdf.

7. Garbea R. V. Urban tourism between content and aspiration for urban development [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.mnmk.ro/documents/2013-01/15-13-1-13.pdf>
8. Kowalczyk A. *Nowe formy turystyki miejskiej*. Prace i Studia Geograficzne. Tom 35, Warszawa 2005. - s. 155-197
9. Żabińska Teresa. Turystyka w dużych miastach i metropoliach. Wybrane problemy rozwoju i zarządzania [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bazekon.icm.edu.pl>

Kuchynska I.V., Rondyak M.I.

THE CURRENT TRENDS OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT (A CASE STUDY OF LVIV)

This article is devoted to actual problems and features of urban tourism in Lviv . It includes the main research results of the tourist flows structure and dynamics in Lviv based on the Lviv City Council statistics. The key tourist markets are analyzed and the marketing tourist profile in Lviv is described. The tourism contribution to the city economy is also estimated. The main problems of tourism development in Lviv are considered and recommendations for their solution are given.

Key words: *urban tourism, destination, marketing profile, tourist flows, tourist pressure, brand, Lviv*

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Стаття присвячена оцінці інвестиційної діяльності в Карпатському регіоні. Охарактеризовано стан капітального та іноземного інвестування в регіоні. У статті розглянуто прикладні аспекти залучення інвестицій в туристичну сферу. Визначені проблеми та перспективи інвестиційної діяльності в Карпатському регіоні.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, капітальні інвестиції, іноземні інвестиції, туризм, туристична сфера, Карпатський регіон.

Для Карпатського регіону туризм та рекреація традиційно залишаються серед найбільш перспективних сфер економіки. Карпатський регіон має багаті туристично-рекреаційні ресурси, які при належному їх використанні сприяли б швидкому, високому та ефективному розвитку туристичної індустрії. Карпатський регіон належить до найбагатших в Україні територій на пам'ятки історії та культури, найстаріші з яких розташовані в районі Дністра і Закарпаття. У регіоні збереглася багата духовна культура – своєрідні звичаї та обряди, народні промисли, фольклор буковинців, бойків, лемків і гуцулів.

Стимувальний ефект на розвиток туристичної галузі справляє відсутність інвестицій для оновлення і розвитку матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури за європейськими стандартами. Тому актуальним є вивчення інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Карпатському регіоні.

Туристична галузь може стати суттєвим джерелом наповнення державного і місцевого бюджетів. Тому необхідно дослідити стан інвестування в туризмі для ефективного використання обмежених ресурсів. Такі дослідження є корисними для підприємців і держави, для того, щоб знизити ризик інвестування та для складання програм розвитку туризму та інвестування в Карпатському регіоні.

Таким чином, об'єктивними передумовами визначення розвитку туризму та рекреації як пріоритетного напрямку економічної та інвестиційної діяльності у Карпатському регіоні є:

- наявність природно-ресурсної бази;
- природні умови для диверсифікації туристичних послуг, розвитку різноманітних видів туризму у гірських районах Карпатського регіону;
- вигідне географічне положення Карпатського регіону у центрі Європи та його транспортна доступність;

- наявність потужного рекреаційного потенціалу Карпатського регіону створює реальні можливості щодо розширення пропозиції рекреаційних послуг;

- Карпатський регіон має на своїй території значну кількість пам'яток історії, культури та архітектури;

- достатня кількість потенційної робочої сили для сфери послуг;

- інституційно-правові передумови розвитку туризму в регіоні [3].

Інвестиційні пріоритети тієї чи іншої галузі визначаються здатністю підприємств забезпечити високу і швидку рентабельність інвестицій. З цієї точки зору Карпатський регіон є дуже перспективним регіоном. Крім того, світова практика свідчить, що саме ця галузь є однією з найбільш ефективних для інвестування.

Після суттєвого спаду інвестиційної активності в регіонах України протягом 2013-2014 років у 2015 р. спостерігалось нарощення надходжень інвестиційних потоків в розвиток економіки. Загальний обсяг капітальних інвестицій в Карпатському регіоні у 2015 р. збільшився на 29 % порівняно з 2011 р. (рис.1).



Рис. 1. Капітальні інвестиції в Карпатському регіоні, млрд грн.*

* Побудовано за: [4,5,6,7].

У 2015р. підприємствами Львівщини за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 11,8 млрд грн капітальних інвестицій, що на 6,5% більше, ніж у 2014р. У розвиток економіки Івано-Франківської області у 2015р. вкладено 9285 млн.грн капітальних інвестицій. Індекс капітальних інвестицій порівняно з 2014р. становив 110,2%. За 2015р. у розвиток економіки Закарпатської області було спрямовано 3634,8 млн.грн. капітальних інвестицій, їх обсяг порівняно з 2014 р. зріс на 14,1%. У 2015р. підприємствами Чернівецької області освоєно 2607,8 млн.грн. капітальних інвестицій. Темп зростання обсягу капітальних інвестицій до 2014р. становив 132,4%.

Стан інвестиційного процесу у туризмі не задовольняє вимог сучасної економіки. Недостатнє інвестиційне забезпечення зумовило старіння основних фондів. Багато об'єктів (готелі, турбази) перебувають у стані незавершеного будівництва. Динаміка капітальних інвестицій в готелі та ресторани у Карпатському регіоні протягом 2010-2015рр. подана на рис. 2.

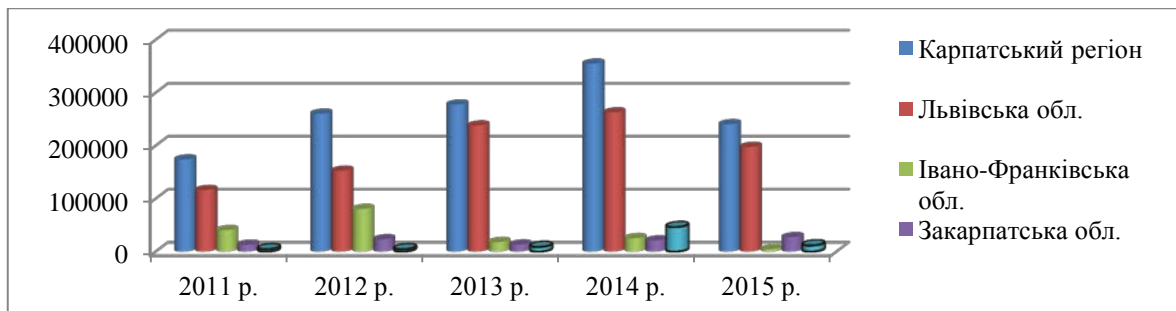


Рис. 2. Динаміка капітальних інвестицій в готелі та ресторани у Карпатському регіоні, тис грн.

* Побудовано за: [4,5,6,7].

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій у Карпатському регіоні залишаються власні кошти підприємств та організацій. Так за їх рахунок освоєно 54,3% загального обсягу капітальних інвестицій. Частка залучених та запозичених коштів, а саме кредитів банків і коштів іноземних інвесторів, становила 4,3%. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 9% капітальних інвестицій.

Така структура джерел фінансування інвестицій в основний капітал, зокрема домінування в ній внесків за рахунок власних коштів підприємств, ставить в залежність розвиток підприємств та їх інвестиційну активність від їх прибутковості. Серед реальних джерел інвестиційних надходжень до розвитку туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону є кошти українських трудових мігрантів.

Частка капітальних інвестицій у Карпатському регіоні в розрізі областей показана на рис. 3.

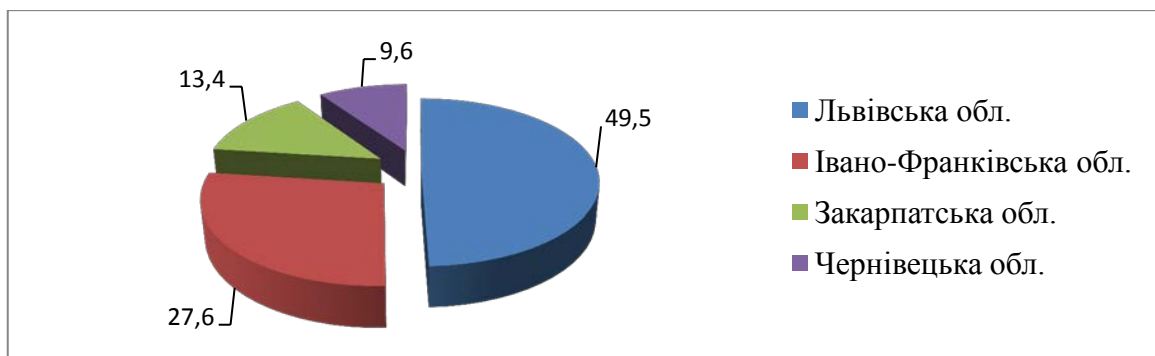


Рис. 3. Частка капітальних інвестицій в Карпатському регіоні, %*

* Побудовано за: [4,5,6,7].

Так найбільше капітальних інвестицій припадає на Львівську область – 49,5%, трохи менше на Івано-Франківську область – 27,6%. На Закарпатську область припадає 13,4% капітальних інвестицій, а найменше – на Чернівецьку область – 9,6%.

Найбільші обсяги капітальних інвестицій протягом досліджуваного періоду освоїли промислові підприємства Карпатського регіону. Частка капітальних інвестицій, здійснених у транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність не перевищує 10%. Значно скоротили обсяги інвестування у Карпатському регіоні підприємства з тимчасового

розміщування й організації харчування, які спрямували у свій розвиток 240,2 млн.грн у 2015р., що становить 0,88% від загального обсягу капітальних інвестицій в регіоні (табл. 1).

Таблиця 1

**Капітальні інвестиції освоєні за видами економічної діяльності у
Карпатському регіоні***

Вид економічної діяльності	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Всього капітальних інвестицій освоєних у підприємствах тимчасового розміщування й організації харчування, тис.грн	173666	260181	277411	354735	240246
у % до загального обсягу	0,82	1,22	1,42	1,71	0,88
з них :- готелі	115330	217750	163408	194710	162633
- ресторани	58336	42431	114003	160025	77613
Всього капітальних інвестицій освоєних у транспорті та зв'язку, тис. грн	1308242	1139404	1054699	1005662	2831951
у % до загального обсягу	6,17	5,35	5,40	4,85	10,35

* Розраховано за: [4,5,6,7].

Однією з найважливіших причин мінімального рівня інвестицій у вітчизняний готельний бізнес є відсутність впровадження комплексних економічних механізмів. Загальноприйнята європейська практика полягає в застосуванні зменшеного ПДВ на готельні послуги – країни ЄС мають право встановлювати такий податок на рівні від 5%. Так, у Польщі ПДВ на готелі становить 7%, у решти провідних туристичних держав – не перевищує 10%. Оскільки послуги готелів є основою туристичного продукту, маємо констатувати, що українська туріндустрія перебуває в програшних економічних умовах порівняно з іншими країнами-конкурентами.

Транспортна інфраструктура є однією з основних складових частин функціонування туристичної сфери. Взаємодія транспортної та туристичної галузей повинна допомогти кожній з них у короткі терміни вирішити більшість питань, пов'язаних з розбудовою туристичної інфраструктури за напрямами національної мережі транспортних коридорів із залученням вітчизняних та іноземних інвестицій.

З огляду на обмеженість внутрішніх інвестиційних ресурсів в умовах ринкової економіки важливо об'єктивно оцінити роль зовнішніх капіталів для активізації інвестиційного процесу. Прямі інвестиції, які формують статутні капітали підприємств з іноземними інвестиціями, за нинішнього стану економіки є бажаними з багатьох причин, оскільки вони дають змогу модернізувати виробництво без створення заборгованості; зберігають та створюють нові робочі місця; показують шляхи досягнення максимальної ефективності та рентабельності інвестицій.

Соціально-економічна криза 2013-2014 років призвела до погіршення становища із залученням інвестицій з-за кордону та здійснення внутрішніх капіталовкладень [1, с. 18]. Як непривабливість інвестиційного клімату, так і

нестача коштів для капіталовкладень спричинили різке погіршення показників інвестиційної діяльності в цілому по Україні та по її окремих регіонах. Такі тенденції розпочалися ще у 2013 р. і продовжилися у 2014 р.

Обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), внесених у Львівщину з початку інвестування, у 2015 році становив 1248,1 млн.дол.США. Прямі іноземні інвестиції, залучені з початку інвестування в економіку Івано-Франківської області, на кінець 2015р. становили 836,6 млн.дол. США, що на 9,6% менше обсягів інвестицій на початок 2015р. Обсяг внесеного акціонерного капіталу в економіку Закарпатської області у 2015р. становив 311,5 млн.дол. США, що на 6,8% менше обсягів інвестицій у 2014р. Залучені з початку інвестування прямі іноземні інвестиції в економіку Чернівецької області на 31 грудня 2015р. становили 59322,7 тис.дол.США, що на 13,6% менше обсягів інвестицій на початок 2015р. Частка іноземних інвестицій у загальній сумі капітальних вкладень до Буковини складає лише 2% [4,5,6,7].

У 2014-2015рр. спостерігаємо тенденцію до зменшення обсягів прямих іноземних інвестицій в Карпатському регіоні (рис. 4). При цьому у транспортні, будівельні підприємства, готелі та ресторани обсяги вкладень прямих інвестицій не перевищують 1%.

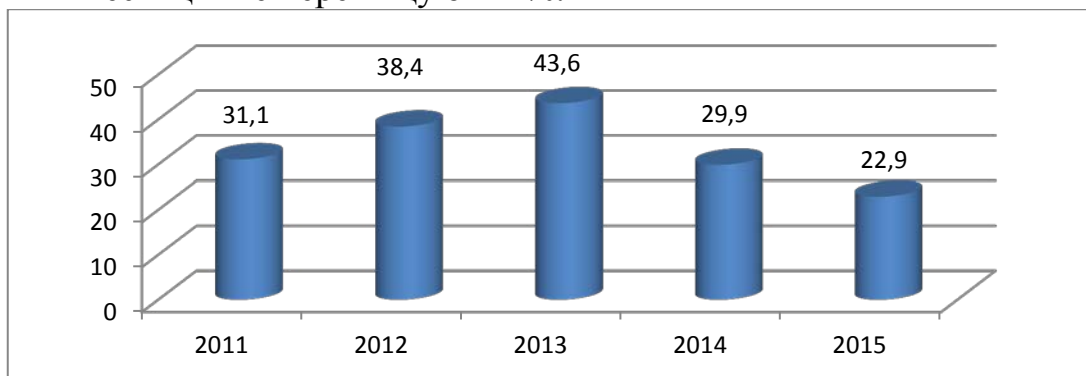


Рис. 4. Динаміка обсягів прямих іноземних інвестицій в готелі і ресторани в Карпатському регіоні, млн.дол.США*

* Побудовано за: [4,5,6,7].

Обсяг іноземних інвестицій недостатній порівняно із потребами економіки. Несприятливий інвестиційний клімат позначається на завданнях, які ставлять перед собою інвестори: мета переважної більшості з них полягає у якнайшвидшому отриманні прибутку, тому значна частина інвестицій вкладається в торгівлю, сферу послуг, посередницьку діяльність.

Нині розподіл прямих іноземних інвестицій у туристичну галузь Карпатського регіону здійснюється переважно країнами Європейського Союзу Так з країн Європейського Союзу за досліджуваний період внесено 84,8% загального обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), а з інших країн світу – 15,2% [4,5,6,7]. Звісно, іноземні інвестиції є сьогодні тим ресурсом, який у будь-якому разі в найближчій перспективі, може найбільш вагомо сприяти підвищенню ефективності функціонування Карпатського регіону, поліпшенню соціального захисту громадян.

Передумовою підвищення інвестиційної привабливості туристичного господарства в регіоні є покращення інформованості потенційних інвесторів про стан інвестиційного клімату в регіоні та створення і постійне оновлення інформаційного банку даних про інвестиційні проекти в туристичній галузі. Однак, частка отримуваних з бюджету коштів на зазначені заходи є дуже низькою. Тому як на внутрішньому ринку, так і за кордоном, важко отримати інформацію про Україну туристичну та можливості інвестування в її розвиток. Ситуація ускладнюється й низьким іміджем України на світовому інвестиційному ринку. За всіма рейтингами вона посідає останні місця щодо привабливості свого інвестиційного клімату і перші місця щодо ризику інвестування.

Отже, інвестиційна політика в туристичній галузі Карпатського регіону повинна бути збалансованою і спрямованою на гармонійне доповнення внутрішніх інвестицій зовнішніми. Важливими завданнями Карпатського регіону є нарощування позитивної динаміки залучення капітальних інвестицій та збереження позитивної динаміки залучення прямих іноземних інвестицій, продовження розробки інвестиційних проектів та пропозицій, виходячи з можливостей та потреб регіону, що можуть бути цікавими іноземним інвесторам та розширення кола вітчизняних та іноземних партнерів-інвесторів в областях Карпатського регіону.

Література:

1. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ – К.: НІСД, 2015. – 92 с.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.
3. Мігущенко Ю.В. Механізми забезпечення ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу гірських районів західних регіонів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.niss.gov.ua/articles/1178.
4. Офіційний сайт Головного управління статистики Львівської області. – Режим доступу : <http://www.lv.ukrstat.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Головного управління статистики Івано-Франківської області. – Режим доступу: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/EX-KAP-INV.htm.
6. Офіційний сайт Головного управління статистики Чернівецької області. – Режим доступу: http://www.cv.ukrstat.gov.ua/index_statinf/econom/kapinv.html.
7. Офіційний сайт Головного управління статистики Закарпатської області. – Режим доступу: www.uz.ukrstat.gov.ua.

Kushniruk H.V.

INVESTMENT ACTIVITY IN THE CARPATHIAN REGION IN CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF TOURISM

The article is devoted to assessment of the investment activity in the Carpathian region. The state of the capital and foreign investing in the region is characterized. The article considers the practical aspects of the investment in tourist sphere. The problems and prospects of the investment activity in the Carpathian region are defined.

Keywords: *investment activity, capital investment, foreign investment, tourism, tourist sphere, Carpathian region.*

Ларіна Дар'я Євгенівна
студентка II курсу
спеціальності «Міжнародна економіка»
науковий керівник:
Балабанова Наталя Василівна
к.н.держ.упр., доцент кафедри економіки та МЕН
Маріупольський державний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано інноваційну діяльність країни, визначено основні завдання щодо структурної перебудови національної економіки. Запропоновано шляхи і засоби розв'язання проблем, що заважають розвитку та просуванню інновацій в країну. Визначено основні завдання, що сприятимуть інноваційному розвитку країни.

Ключові слова: *інноваційна діяльність, стратегія розвитку економіки, інформаційний простір, Горизонт-2020.*

Інноваційність є визначальною характеристикою сучасних науково-технічних, виробничих, соціально-економічних та усіх суспільних процесів. На сьогоднішній день від оволодіння інноваційними механізмами розвитку залежить доля України: чи рухатиметься вона в напрямі входження до числа розвинених країн, чи залишиться стагнуючою країною на узбіччі науково-технічного і соціального прогресу. Це пов'язано з загальними закономірностями суспільного розвитку, згідно з якими у світі відбувається перехід від переважно відтворювального до інноваційного типу розвитку. Тобто, інноваційність – це не тільки ключ до динамічного розвитку, добробуту, особистого успіху, а й засіб забезпечення суверенітету країни, її конкурентоспроможності у сучасному надскладному світі. У зв'язку з цим виникає потреба у виявленні основних тенденцій та особливостей сучасного розвитку інноваційної діяльності України [4].

Сучасна криза продемонструвала всю небезпеку і безперспективність орієнтації на експортно-сировинну модель розвитку та використання переваг, пов'язаних із відносно низькою вартістю робочої сили. Подолання наслідків кризи і перехід до стійкого зростання напряму залежить від ефективності зусиль держави та бізнесу в контексті розгортання процесів диверсифікації економіки, підвищення рівня її інноваційності та створення умов для реалізації креативних здібностей населення, яке в Україні має європейський рівень освіченості [5].

Не можна ігнорувати інший доленосний глобальний виклик країнам, що розвиваються - невідворотно насувається нова (четверта за рахунком) промислова революція. На ВЕФ у Давосі в 2016 р. експерти банку UBS підготували і представили учасникам форуму дослідження ряд факторів, що

визначають ступінь готовності тих чи інших країн до участі в четвертій промисловій (технологічній) революції. Аналітики UBS обстежили стан справ в таких ключових сферах, як гнучкість структури робочої сили, порівняльний рівень професійної підготовки, можливості національних освітніх систем пристосовуватися до мінливих виробничих умов, стан економічної інфраструктури, ступінь правової захищеності бізнесу. В результаті був виведений агрегований індекс, на базі якого склали рейтинг відносної готовності держав до вимог чергового технологічного укладу - основи «нової економіки» XXI ст. З 45 країн в списку лідирують Швейцарія, Сінгапур і Фінляндія. Десь далеко внизу згадані Казахстан, Польща і Росія. України в списку, на жаль, немає [3].

З цього приводу є необхідність істотних перетворень в інституційному середовищі ведення бізнесу в Україні, формування сприятливого інноваційного клімату, активізації досліджень і розробок, здійснення прориву у сфері використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій.

Україні належить подолати значне відставання за рівнем інноваційної активності підприємств порівняно з розвиненими країнами світу і, насамперед, своїми сусідами – країнами ЄС. В Україні цей показник не перевищує 20% (за даними обстежень інноваційної діяльності), тоді як середній показник по ЄС, вже не кажучи про країни, які є інноваційними лідерами, становить 44%. Не відповідають інноваційному курсу і низькі витрати на дослідження і розробки, особливо у промисловості України [4].

Нині в Україні немає чіткої системи у формуванні, розгляді й затвердженні в органах державної влади та управління програм державного рівня. При розробленні та виконанні програм не витримуються типові стадії і процедури, основні принципи програмно-цільового управління: цільова спрямованість, комплексність, альтернативність та керованість програм. Проекти більшості програм соціально-економічного спрямування формуються на безальтернативних засадах, без проведення конкурсів та державної експертизи [11].

Становлення соціально-орієнтованої ринкової системи господарювання в Україні вимагає значного розширення масштабів інноваційної діяльності підприємств. Саме активізація інноваційної діяльності на всіх ієрархічних рівнях економічної системи є найважливішою передумовою підвищення ефективності виробництва на базі зростання продуктивності праці, збільшення обсягів виробництва сукупного суспільного продукту та національного доходу країни. Аналіз динаміки інноваційних процесів підприємницьких структур дає змогу говорити про наявність тенденції до зниження інноваційної активності промислових підприємств України. Так, згідно зі статистичними даними інноваційною діяльністю у 1994 р. займалися 26% обстежених підприємств, а у 2015 р. лише 14,6%, у т.ч. здійснювали технологічні інновації – 9,5% (5,2% – продуктові та 7,2% – процесові),

нетехнологічні – 8,6% (4,7% – організаційні та 6,4% – маркетингові), (рис. 1) [7].

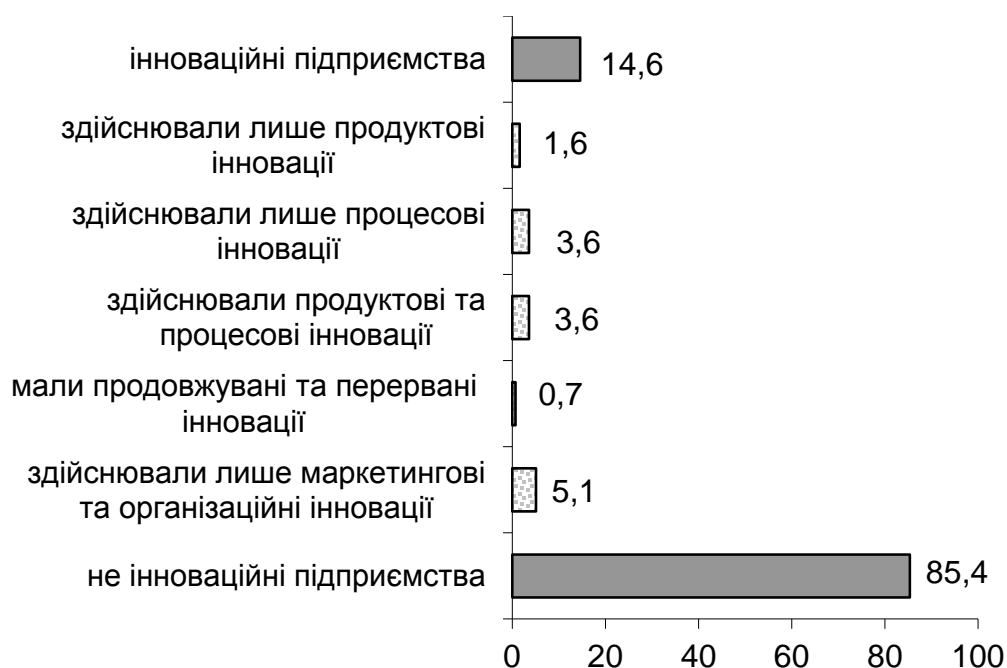
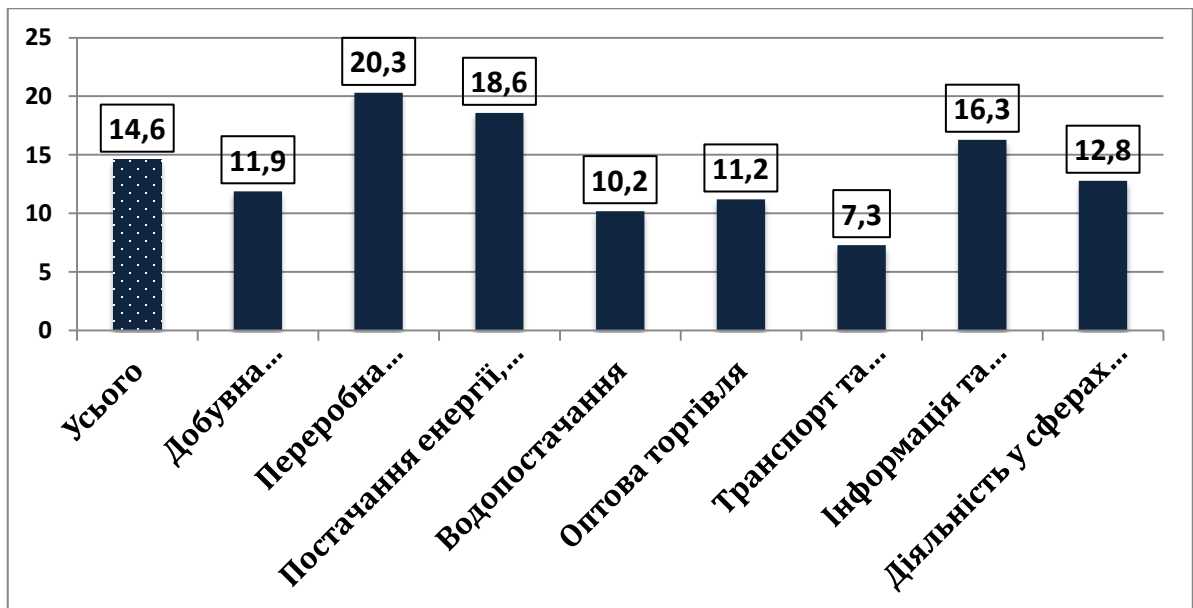


Рис. 1. Розподіл підприємств у 2012–2014 рр. за типами інноваційної діяльності, в %

Щодо видів економічної діяльності, то протягом 2012–2014 рр. найвища частка інноваційних підприємств була на підприємствах переробної промисловості (20,3%), з постачання електроенергії, газу, пару та кондиційованого повітря (18,6%), а також інформації та телекомунікацій (16,3%). При цьому вища за середню по країні частка підприємств із технологічними інноваціями була серед підприємств переробної промисловості, з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (по 15,6%), а також підприємств інформації та телекомунікацій (10,6%); з нетехнологічними інноваціями – серед підприємств переробної промисловості, інформації та телекомунікацій (по 11,1%), оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами (9,1%), рис.2 [10].



**Рис. 2 Інноваційна активність підприємств у 2012-2014 рр.
за видами економічної діяльності, в%**

За даними обстеження 2012–2014 рр., найвищий рівень інноваційної активності спостерігався на підприємствах Рівненської, Івано-Франківської та Харківської областей.

Найвища частка технологічно інноваційних підприємств – у Харківській (16,8%), Івано-Франківській (16,4%) та Рівненській (15,1%) областях; нетехнологічно інноваційних підприємств – у Рівненській (14,7%), Київській (11,6%) та Вінницькій (11,0%) областях [7].

Що стосується напрямів інноваційної діяльності підприємств України, то майже три чверті підприємств із технологічними інноваціями придбали машини, обладнання та програмне забезпечення для виробництва нових або значно поліпшених продуктів та послуг. Понад чверть із них здійснювали діяльність для запровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів та процесів, таку як техніко-економічне обґрунтування, тестування, розробка програмного забезпечення для поточних потреб, технічне оснащення, організація виробництва тощо (інше). Кожне п'яте підприємство проводило навчання та підготовку персоналу для розроблення і/або впровадження ними нових або значно вдосконалених продуктів і процесів.

Головною стратегією розвитку економіки України є її входження до групи країн, де домінує інноваційний шлях розвитку. Так, 20 березня 2015 року Україна підписала Угоду про асоційовану участь у програмі «Горизонт 2020», що дозволить нашій країні вийти на новий рівень партнерства з ЄС у сфері науки і технологій та значно підвищити ступінь залучення українських науковців, університетів, науково-дослідних організацій і установ до спільних європейських наукових досліджень, створюючи тим самим основу для структурних реформ у науково-інноваційній сфері України [2].

Українські вчені, університети, науково-дослідні організації та приватні компанії мають змогу брати участь у спільних дослідницьких проектах та подавати заявки на наукові стипендії і програми мобільності кадрів, що

надаються Європейською дослідницькою радою, а також Програмою імені Марії Склодовської-Кюрі [2].

Є низка переваг участі у програмі «Горизонт 2020»:

- усі конкурси заявок в рамках програми «Горизонт 2020» повністю відкриті для українських учасників у всіх сферах і галузях;
- міжнародне співробітництво в рамках програми «Горизонт 2020» сприяє налагодженню зв'язків між науковцями, бізнесом і промисловістю з різних країн світу;
- програма «Горизонт 2020» відкриває доступ до європейських знань, даних, інфраструктур та провідних світових наукових співтовариств;
- участь у програмі «Горизонт 2020» надає можливість виводити на міжнародний ринок власні ідеї, ноу-хау і технології.

Україна є одним з провідних міжнародних партнерів ЄС в галузі досліджень та інновацій. Під час реалізації 7-ої Рамкової програми ЄС з досліджень і технологічного розвитку, Україна зайняла лідируючу позицію серед країн Східного Партнерства та увійшла до десятки найбільш активних країн-партнерів, поступаючись лише США, Канаді та країнам БРІКС. Наукові установи та вищі навчальні заклади України взяли участь у 126 проектах 7-ої Рамкової програми з обсягом фінансування Європейської Комісії 26,5 млн євро [9].

Участь України у наукових та інноваційних програмах дає можливість залучати високотехнологічні галузі промисловості України до реалізації проектів і отримувати додаткові замовлення на створення високотехнологічної продукції п'ятого-шостого укладу, сприяючи розвитку промисловості України.

Окрім цього, асоційована участь у програмі «Горизонт 2020» розглядається як важливий етап у розвитку партнерських відносин з ЄС, створенні умов для інтеграції країни в європейські та загальносвітові економічні відносини [2].

Головна особливість системи економічного стимулювання інноваційної економіки полягає в її складності та динамічності, що потребує втілення багаторівневої концепції формування. До суперечностей, що стосуються економічного стимулювання становлення та розвитку економіки, слід віднести такі:

1. Неефективність механізмів державного регулювання, що виявилось у втраті монополії держави на окремі ланки функціонування системи інноваційної економіки, зокрема освіту й науку, і як наслідок — у деструкції їх стабільності, руйнуванні єдності процесу переходу до інноваційної економіки, зниженні наукомісткості ВВП. Йдеться, зокрема, про:

- недосконалу комерціалізацію зазначених галузей;
- нерівноправність громадян щодо здобуття освіти;
- брак гарантії стосовно її якості, асиметрію в структурі підготовки фахівців відповідно потреб економіки знань;
- зниження ефективності відтворення кадрів;

- поглиблення професійних та інституційних розривів між окремими ланками системі економіки знань [10].

2. Низька результативність взаємозв'язку державного управління з механізмами самоорганізації — здатності до саморозвитку, що призводить до неефективного використання зовнішніх та внутрішніх джерел розвитку. Це виявляється у:

- повільному становленні інноваційної економіки;
- неоптимальних темпах розвитку недержавної інфраструктури та змішаних організаційних форм;
- недостатньому рівні диверсифікації джерел фінансування;
- браку відкритих, демократичних моделей управління.

3. Неефективність бюджетно-податкової політики, а саме:

• відсутність функціонально-структурної спадковості щодо державних видатків,

• послідовності через порушення законодавчо встановлених обсягів державної підтримки;

• накладення мораторію на механізми, що забезпечують втілення основ стимулювання

• освіти і науки, які визначають інтелектуальний рівень нації;

• брак раціонального співвідношення у фінансуванні окремих елементів складових

• інноваційної економіки, зокрема через необґрунтований їх перерозподіл у межах загальних і недостатніх обсягів фінансування;

• обмежене використання прямих і непрямих форм підтримки і стимулів;

• брак належного контролю за цільовим та ефективним використанням ресурсів [10].

Основними завданнями, що сприятимуть інноваційному розвитку, є:

- структурна перебудова національної економіки;
- створення адаптивної інфраструктури інноваційної діяльності;
 - цілеспрямована підготовка кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності;
 - створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;
 - широке застосування в усіх галузях економіки і сферах суспільного життя інформаційно-комунікаційних технологій;
 - удосконалення системи державної підтримки та регулювання інноваційної діяльності;
 - підвищення інноваційної культури суспільства, тощо [10].

Підбиваючи підсумки, необхідно зазначити, що інноваційна діяльність у повному обсязі має комплексний, системний характер і охоплює такі види роботи, як пошук ідеї, ліцензії, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-

технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність. Також для розвитку інноваційної діяльності важливою є співпраця України з ЄС у сфері науки та інновації, яка спрямована на обмін досвідом, інформацією, найкращими практиками, проведення спільних досліджень та передачу «ноу-хау» та ін. Така співпраця відбувається, практично в усіх галузях, вона передбачає залучення України до Європейського дослідного простору та фінансової ініціативи «Горизонт 2020». Усе це створює прогресивні умови для інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів.

Література:

1. Горбулін В. П. Державне управління науково-технічними та економічними процесами реалізації Україною стратегічного курсу на європейську і євроатлантичну інтеграцію / В. П. Горбулін – К.: ДП «НВЦ» Євроатлантикінформ», 2010. – 272 с.
2. Горизонт 2020 : Рамкова програма ЄС з досліджень та інновацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua/document/248762841/Брошура%20Горизонт%202020%20\(12.01\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/document/248762841/Брошура%20Горизонт%202020%20(12.01).pdf)
3. Екстремальна автоматизація та можливість підключення: глобальні, регіональні та інвестиційні наслідки четвертої промислової революції: доповідь UBS для Всесвітнього економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ubs.com/global/en/about_ubs/follow_ubs/highlights/davos-2016.html
4. Інноваційна Україна 2020. Національна доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ief.org.ua/docs/nr/4.pdf.
5. Ісаншина Г.Ю. Розвиток системи інформаційного забезпечення управління інноваційною діяльністю промислового підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/№1\(19E\)_2016/article/28.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/№1(19E)_2016/article/28.pdf)
6. Окара А.М. Нова ідея для нової України: Інноваційна модернізація на основі солідарності держави та креативного класу як єдина стратегія виживання й розвитку сучасної України // День. - №102, 15 червня 2010. <http://www.day.kiev.ua/299497>
7. Офіційний сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
8. Перспективи інноваційного розвитку України: Зб. наук. ст. за ред. Я.А.Жаліла.– К.: Альтерпрес, 2002. (Сер. «Безпека економічних трансформацій»; Вип. 21). Електронна версія: <http://www.niss.gov.ua/table.htm>
9. Угода про Асоціацію між Україною та ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://parlament.org.ua/upload/docs/final_1.pdf

10. Чулаєвська М.Є. Інноваційна діяльність в Україні як фактор забезпечення економічного розвитку та стабільності / К.К. Баранцева. – [Навч.посібник]. –Київ, 2016. – 38 с.

11. Яковенко Р. В., Чернега А. М. Інноваційна діяльність в Україні: проблеми та перспективи. / Р. В. Яковенко, А. М. Чернега [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22%282%29_ekon/stat_20_1/72.pdf

Larina D.E.

Balabanova N.V.

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF INNOVATION ACTIVITY IN UKRAINE

The article analyzes the state innovationactivities of the country and determines the main task of national economy structure reorganizin. It also offers the ways and tools of the solution the problems in a sphere of innovationdevelopment and promotion in our country. The main objectives to promote innovative development of the country,

Keywords: *innovation activities, economic development strategy, information space, Horizon-2020.*

ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДИНАМІКИ ТА РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Проаналізовано основні показники інноваційного розвитку України та стан підготовки фахівців інженерних спеціальностей вищими навчальними закладами. Виявлено незбалансованість системи вищої освіти в Україні з потребами економіки, продемонстровано слабку орієнтацію вищої освіти в частині підготовки природничо-інженерних спеціальностей для потреб інноваційного розвитку країни. Рекомендовано підвищити якість та результативність вищої освіти в контексті забезпечення інноваційного розвитку індустріальних галузей національної економіки на основі підвищення рівня підготовки висококваліфікованих спеціалістів інженерних спеціальностей.

Ключові слова: інновації, індустріальний розвиток, переробна промисловість, додана вартість, вищі навчальні заклади, інженерні спеціальності

Актуальність теми. Інноваційну модель в Україні необхідно впроваджувати на основі сучасного розвитку галузей економіки, насамперед, які визначають рівень індустріалізації та стан конкурентоспроможності держави. Але нині в Україні розвиваються малонаукоємні та низькотехнологічні сировинні галузі (добувна, паливна, харчова промисловість). Частка переробної промисловості в структурі доданої вартості в 2010-2015рр. становила лише 12-14%, у той час як в 2007р. була на рівні 22% (табл. 1). Частка продукції машинобудування в структурі промислового виробництва в 2015р. знизилася до 6,5%, при тому, що в 1990р. вона становила 30,7%.

Таблиця 1

Стан інноваційного розвитку економіки України

Показники	2007р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.
Частка промислових підприємств, які впроваджували інновації, %	11,5	10,7	11,5	12,8	13,6	12,9	12,1	15,2
Частка інноваційної продукції в обсязі реалізованої продукції, %	6,7	4,8	3,8	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4
<u>Довідково:</u> Частка переробної промисловості:								
- в структурі валової доданої вартості, %	22,5	17,8	14,8	13,6	14,1	12,7	13,1	14,2
- в промисловому виробництві, %	73,9	69,4	68,6	66,3	67,7	66,8	68,4	64,6
Частка продукції машинобудування в промисловому виробництві, %	13,7	10,6	10,9	11,6	11,2	9,7	7,9	6,5

Джерело: систематизовано за даними [1; 3; 6].

За даними The Conference Board Total Economy Database, Україна відстає за показником продуктивності праці (ВВП на одного зайнятого) від старих країн-членів ЄС у 3-6 разів, нових східноєвропейських країн-членів ЄС (крім Румунії та Болгарії) – у 2,0-3,7 рази, а також країн СНД: Азербайджану – у 1,2 рази, Казахстану – у 1,6 разу, Білорусі – у 2 рази [9, с. 4].

Вкрай незадовільними є показники по інноваціях. Якщо у 1995р. частка підприємств, що реально впровадили інновації, становила 22,9%, то за результатами 2015р. – 15,2%. Варто звернути увагу, що серед країн ЄС досить низькі показники інноваційної активності на фоні інших країн мають Португалія – 26% та Греція – 29%. Найвищі результати по впровадженню інноваційної продукції досягли такі європейські країни як Нідерланди (62%), Австрія (67%), Німеччина (69%), Данія (71%), Ірландія та Фінляндія (більше 70%) [10].

Справжнім тормозом для інновацій є високий знос основних засобів. Фактичний термін експлуатації обладнання на українських підприємствах становить 20–40 років (за максимально ефективною норми 9 років) [2, с. 97]. Підприємства практично всіх галузей застосовують застаріле обладнання та технології. Експерти Національного інституту стратегічних досліджень звертають увагу, що на фоні високого зносу основних засобів, також високою є матеріаломісткість виробництва, що пов'язано із низьким технологічним рівнем виробництва, цінами на сировину, паливно-енергетичні ресурси. Українська економіка характеризується також надто високим рівнем енергоємності ВВП. Цей показник є одним із найгіршим серед країн світу (у 3,8 рази вищим, ніж у країнах ЄС–27; у 3,2 рази – ніж у Польщі [14, с. 10].

Інноваційний розвиток напряму пов'язаний із станом виконанням наукових і науково-технічних робіт. В Україні ж їх обсяг у вартісному виразі відносно ВВП залишається дуже низьким – 0,9% у 2010 році, у 2012–2015 роках – також менше 1%. Мізерними є також обсяги фінансування, хоча законодавством України передбачено фінансувати науку на рівні 1,7% ВВП. Ураховуючи приклад інших країн експерти вважають, що необхідно збільшити обсяги фінансування до 2–3% ВВП. Зокрема, у Фінляндії – одного із лідера інноваційного розвитку – держава взяла на себе зобов'язання з ініціювання та активної участі в технологічній революції [12, с. 105], а витрати на науку в Швеції становлять 3,7%, Японії – 3,2%, США 2,8% ВВП [4, с. 38]. Як наслідок таких тенденцій Україна займає досить низькі позиції за індексом глобальної конкурентоспроможності. За результатами 2015р. Україна посіла загальне 79 місце, за субіндексом «рівень технологічного розвитку» – 86 місце, за субіндексом «інноваційний потенціал» – 54 місце (табл. 2).

Таблиця 2

Місце України в індексі глобальної конкурентоспроможності по інноваціях та технологіях

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Загальне місце у тому числі за субіндексами:	72	82	89	82	73	84	76	79
- інноваційний потенціал	52	62	63	74	71	93	81	54
- рівень технологічного розвитку	65	80	83	82	81	94	85	86

Джерело: за даними [15].

Таким чином, стан інноваційної діяльності в Україні знаходиться на низькому рівні. Це багато в чому залежить від структури економіки, реального попиту на інноваційну продукцію, стану техніко-технологічних розробок, якості підготовки спеціалістів інженерних спеціальностей у вищій школі, а також політики зайнятості держави та роботодавців щодо визначення потреб у підготовці фахівців та їх працевлаштуванні в секторах економіки, які визначають рівень індустріального розвитку країни.

Для якісного прориву в Україні необхідно збільшити питому вагу підприємств, що впроваджують інновації до 35-45%, частку технологічно високих виробництв – до 35-40%, частку наукоємної продукції – до 25-30% [10].

Інноваційний розвиток безпосередньо залежить від структури економіки та створення валової доданої вартості. Економічне зростання європейських країн відбулося в результаті масштабних структурних змін одночасно із активізацією науково-технічного прогресу. Стрімкий розвиток країн Південно-Східної Азії став можливим в результаті ефективної інноваційної діяльності підприємств електроніки та машинобудування.

Проблематика активізації інноваційної діяльності пов'язано із галузевою структурою, що відображає вклад кожної галузі у створення доданої вартості. У табл. 3 наведено структуру валової доданої вартості, що створена українськими суб'єктами господарювання в 2013-2015рр.

Таблиця 3

Структура валової доданої вартості за видами економічної діяльності в Україні в 2013-2015 роках, %

Види економічної діяльності	2013 р.	2014 р.	2015р.
Сільське, лісове та рибне господарство	10,0	11,8	12,1
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	6,3	5,8	4,8
Переробна промисловість	12,7	13,1	11,9
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого	3,3	3,3	2,7
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	0,5	0,5	0,4
Будівництво	2,0	2,6	1,9

Торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	16,5	16,4	13,8
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська	8,1	8,0	6,8
Тимчасове розміщування й організація харчування	0,8	0,7	0,6
Інформація та телекомунікації	3,8	3,5	3,6
Фінансова та страхова діяльність	5,2	5,1	3,4
Операції з нерухомим майном	7,4	7,5	6,2
Професійна, наукова та технічна діяльність	3,7	3,2	2,8
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1,4	1,3	1,1
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	5,3	5,3	4,8
Освіта	6,1	5,7	4,2
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	3,8	4,1	2,6
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1,0	1,0	0,6
Надання інших видів послуг	1,1	0,9	0,7

Джерело: за даними [1, с. 462; 7].

Аналізуючи дані статистики в частині формування валової доданої вартості, можна зробити висновок, що вклад промисловості поступово знижується. Найбільш негативні результати по вкладу у додану вартість продемонструвала переробна промисловість. При тому, що в 2006 р. в структурі доданої вартості вона займала 23,1%, то за результатами 2015р. зменшила свою частку до 11,9%. Будівництво, яке є галуззю з високим рівнем мультиплікативного ефекту, теж знизило свій вклад у додану вартість з 8,5% у 1990р. до 3,2% у 2012р., а в 2015 р. – до 1,9%. На цьому фоні спостерігаються тенденції заміщення цих галузей тими секторами, які працюють в торгівлі, ремонті автомобілів та побутових виробів. Вони збільшили свій внесок в додану вартість майже в 4 рази. Також суттєво збільшили обсяг та сферу своєї діяльності підприємства, які займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом, наданням різного виду послуг. Якщо в 2012р. частка у доданий вартості таких секторів, як торгівля та операції з нерухомим майном становила 28,8%, то промисловості – 25,8%. При цьому в 2015 р. ці співвідношення ще змінилися не на користь промисловості.

Слід наголосити, що така структура доданої вартості не відповідає завданням, які поставлені в сфері інноваційної діяльності українським законодавством. Зокрема, в Законі України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» визначені стратегічні цілі, а саме:

- розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки;
- високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування;
- технологічне оновлення агропромислового комплексу;
- впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій;
- освоєння альтернативних джерел енергії;
- виробництва матеріалів, їх оброблення, створення індустрії

наноматеріалів та нанотехнологій;

- впровадження нових технологій для медичного обслуговування, фармацевтики;

- застосування технологій більш чистого виробництва та охорони довкілля.

Названі державою інноваційні пріоритети зумовлюють активний розвиток обробної промисловості. Але з 1990р. в Україні питома вага машинобудування в загальних обсягах промислового виробництва зменшилася майже у 2,6 рази, легкої промисловості – у 10 разів. Тим часом суттєво збільшилася частка добувної промисловості, металургії та оброблення металу, виробництва та розподілення електроенергії, газу та води. Порівняння структури обробної промисловості України із розвиненими країнами показало, що в Україні сформувалася неефективна її структура. Так у структурі експорту частка машинобудування складає лише 14–18%. Основну ж частину експорту посідають товари низького ступеня переробки з незначною часткою доданої вартості (продукція хімічної промисловості, чорні метали та вироби з них, мінеральні продукти) [11, с. 38]. Така структура йде в розріз із світовими тенденціями в розвинених країнах, де отримують подальший розвиток високотехнологічні, наукоємні виробництва, телекомунікаційні послуги, а також розвиток соціально-орієнтованих галузей, які впливають на покращення соціальних стандартів.

Таким чином, структура обробної промисловості свідчить про те, що в Україні отримали розвиток низько технологічні галузі сировинного виробництва, які в своїй діяльності застосовують застарілі технології. Близько 58% продукції припадає на третій технологічний уклад (чорну металургію, суднобудування, виробництво будівельних матеріалів, оброблення металу, легку, деревообробну промисловість). За оцінками експертів вищі технологічні уклади – п'ятий і шостий – складають лише 4%. Шостий технологічний уклад, що свідчить про перспективи високотехнологічного розвитку в нашій країні майже відсутній – менше 0,1% [13, с. 16–17].

Ураховуючи те, що економіка України характеризується третім і четвертим технологічними укладами, для її інноваційного розвитку необхідні високі індустріальні технології, що передбачає пріоритетний розвиток галузей обробної промисловості, наукових і науково-технічних робіт, підготовку креативних спеціалістів інженерних спеціальностей.

Але як свідчать дані таблиці 4 про розподіл працівників з вищою освітою за видами економічної діяльності, найбільше фахівців із повною вищою освітою (окрім наукової діяльності) зосереджено у фінансовій та страховій діяльності (67,1% від загальної кількості спеціалістів із повною вищою освітою), інформації та телекомунікаціях (56,4%), оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів (35,6%). У переробній промисловості зосереджено 25,6% фахівців із повною вищою освітою, що більш ніж вдвічі нижче, ніж, наприклад, у фінансовому секторі.

Таблиця 4

Розподіл працівників з вищою освітою за видами економічної діяльності* у % до облікової кількості штатних працівників

Види економічної діяльності	Неповна та базова	Повна	Разом
Усього	23,6	35,6	59,2
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	17,2	14,9	32,1
Промисловість	22,3	24,6	46,9
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	22,8	16,7	39,5
Переробна промисловість	21,3	25,6	46,9
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	26,1	30,7	56,8
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	21	19,3	40,3
Будівництво	18,6	28,4	47
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	23,6	35,6	59,2
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, з них:	22,5	21,3	43,8
діяльність у сфері транспорту	21,2	21,2	42,4
складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту	23,1	23,1	46,2
поштова та кур'єрська діяльність	24	14,1	38,1
Тимчасове розміщування й організація харчування	27,3	26,1	53,4
Інформація та телекомунікації	19,9	56,4	76,3
Фінансова та страхова діяльність	20,7	67,1	87,8
Операції з нерухомим майном	19,5	29,0	48,5
Професійна, наукова та технічна діяльність	15,9	63,1	79
з неї наукові дослідження та розробки	13,1	66,8	79,9
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного	22,2	25,1	47,3

* Дані наведено станом на 1 січня 2014 року

Джерело: узагальнено на основі [5; 14].

Розподіл працівників з вищою освітою за видами економічної діяльності теж є свідченням неефективної структури національної економіки, а також тенденцій підготовки студентів у вищих навчальних закладах.

Якщо проаналізувати структуру випуску студентів за галузями знань (Рис.1.), то виходить, що найбільше випускається в сфері соціальних наук, бізнесу і права – 34,2%. Інженерні спеціальності займають 17,8%, природничі – 3,9% [8]. Структура випуску студентів за галуззю знань «інженерія» (в загальній структурі випускників) засвідчила, що спеціалістів із машинобудування та металообробки випускається лише 3,3%, інформаційної та обчислювальної техніки – 3,4% [8] (Рис.2.).

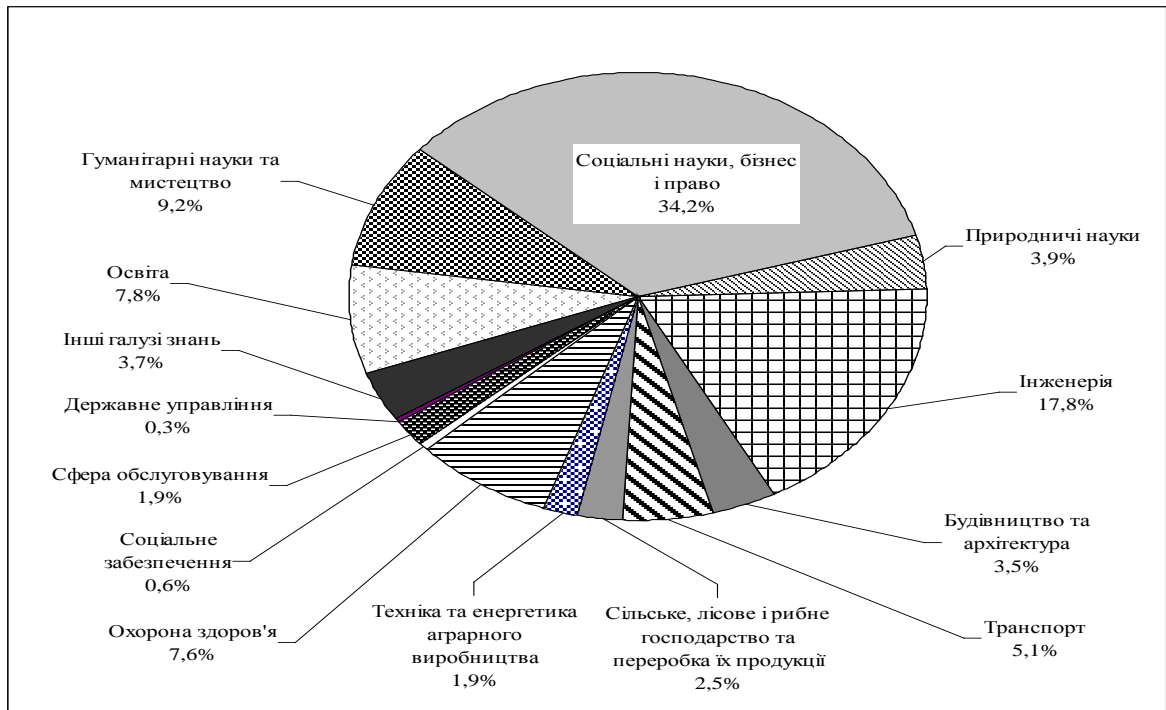


Рис. 1. Структура випуску студентів за галузями знань у 2015 році, %
Джерело: [8]

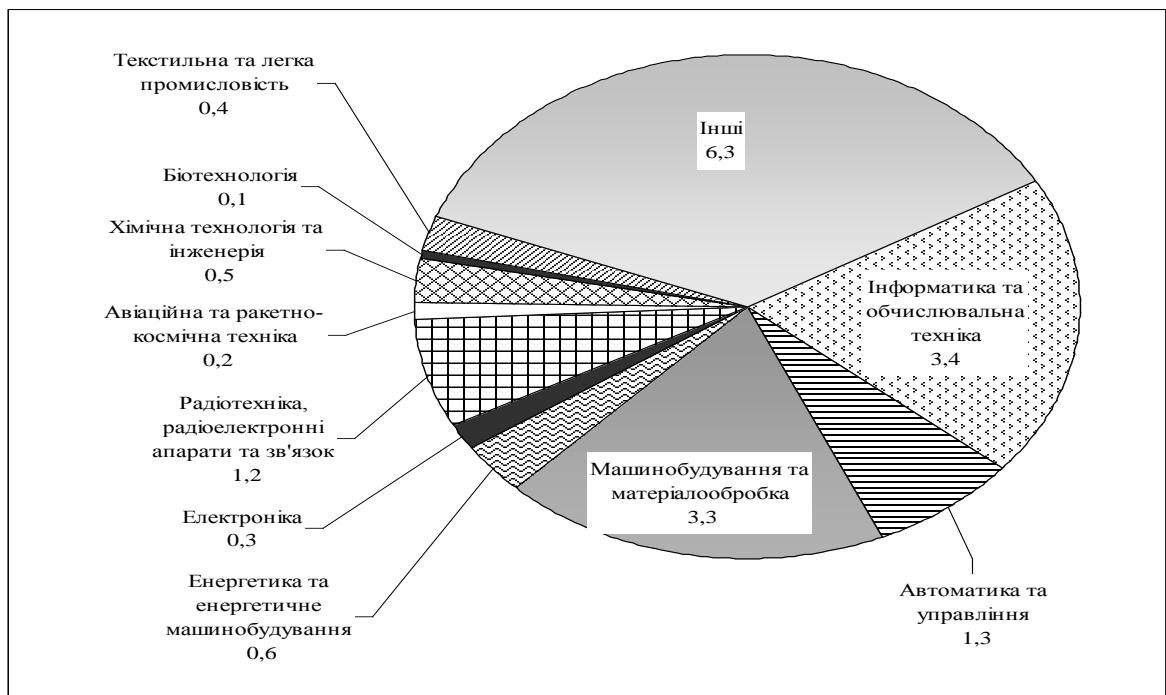


Рис. 2. Структура випуску студентів за галуззю знань «інженерія» у 2015 році (у відсотках до загальної кількості випущених студентів)
Джерело: [8]

Таким чином, структура випуску студентів за галузями знань об'єктивно відображає структуру економіки, засвідчує незадовільні інноваційні перспективи України. Така ситуація вимагає вироблення гармонізованої

державної освітньої, промислово-структурної та кадрової політики, які б узгоджувати інноваційні пріоритети розвитку секторів економіки, напрями підготовки спеціалістів у вищій школі та їх подальше працевлаштування. Деякі завдання вже поставлені в програмних документах, які визначають напрями реформування вищої освіти і науки (табл. 5).

Таблиця 5

**Цільові макроекономічні показники реформування
системи освіти в Україні**

Напрями	Терміни
Спрямовувати на науку 1,7% ВВП, з яких 0,2% – на дослідницьку діяльність ВНЗ.	поступово увесь період
Зменшити серед зареєстрованих безробітних частку осіб з вищою освітою	поступово увесь період
Збільшити кількість міжнародних здобувачів вищої освіти в Україні	поступово увесь період
Збільшити частку спільних докторських програм із зарубіжними університетами	поступово увесь період
Ухвалити національні індикатори якості освіти та національні індикатори ефективності освіти. Увійти до видання Education at a Glance – щорічний огляд основних показників Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у сфері освіти	з 2017 р.
Законодавчо закріпити участь України у міжнародних моніторингових дослідженнях для оцінки якості шкільної освіти, таких як Progress in International Reading Study (PEARLS) - оцінює навички читання в молодших класах; Trends in Mathematics and Science Study (TIMSS) та Programme for International Student Assessment (PISA) – оцінює математичні, читацькі та природні компетенції підлітків	увійти до 50 кращих держав-учасниць дослідження PISA
Забезпечити всі навчальні заклади широкосмуговим інтернетом	до 2020 р.
Запровадити практику участі іноземних викладачів у навчальному процесі ВНЗ	15% до 2020 р., 30% до 2025 р.
Встановити середню заробітну плату педагогічних працівників на рівні, не меншому, ніж річний ВВП на душу населення	на 2020 р.
Забезпечити володіння щонайменше двома іноземними мовами (не менше 75% випускників загальноосвітніх навчальних закладів)	поступово увесь період
Збільшити кількість українських ВНЗ на вищих позиціях у міжнародних рейтингах	поступово увесь період
Збільшення частки освітніх програмі кваліфікацій вищої освіти, які мають коди Міжнародної стандартної кваліфікації освіти	поступово увесь період
Збільшення частки міжнародних здобувачів ВО з країн ОЕСР та ЄС серед загалу міжнародних здобувачів	15% до 2020 р.
Збільшення частки науково-педагогічних працівників з науковими ступенями з країн ОЕСР та ЄС	10% для дослідницьких ВНЗ до 2020 р.
Збільшення частки double-degree програм для рівня магістра, що дозволяє отримувати студентам диплом двох університетів або факультетів одночасно.	10% для дослідницьких ВНЗ до 2020 р.

Джерело: узагальнено та систематизовано на основі [5; 14].

Висновки. Інвестування в освіту є ключовим фактором економічних і соціальних, інноваційних трансформацій. Інноваційну модель в Україні не можливо реалізувати без сучасного розвитку галузей економіки, які визначають рівень індустріалізації та стан конкурентоспроможності держави. Нині в Україні розвиваються малонаукоємні, низькотехнологічні сировинні галузі (добувна, паливна, харчова). Частка переробної промисловості в структурі доданої вартості в 2010-2015рр. становила лише 12-14%, у той час як в 2007р. була на рівні 22%. Частка продукції машинобудування в структурі промислового виробництва в 2015р. знизилася до 6,5%. Це є свідченням того, що в суспільстві порушено зв'язок між системою отримання знань та їх передачею у виробництво. Стан підготовки фахівців інженерних спеціальностей вищими навчальними закладами засвідчує незбалансованість системи вищої освіти в Україні з потребами економіки та напрямів освіти з економічною структурою, а також та слабку орієнтацію природничо-інженерних спеціальностей на потреби інноваційного розвитку країни. Тому необхідно реформувати вищу освіту в Україні, підвищити якість та результативність вищої освіти в контексті забезпечення інноваційного розвитку індустріальних галузей національної економіки та створення умов для працевлаштування випускників вузів в провідних індустріальних галузях економіки.

Література

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». – К. : НІСД, 2015. – 684 с. – С. 242.
2. Анпілогова Ж.Д. Промисловий комплекс України: стан та перспективи модернізації [Текст] / Ж.Д. Анпілогова // Економіка та держава. – 2012. – № 7. – С. 96–98.
3. Діяльність суб'єктів господарювання: Статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2016. [Електронний ресурс]: – Доступний з: <<http://ukrstat.gov.ua>>
4. Кінзерський Ю.В. До засад стратегії та політики розвитку промисловості [Текст] / Ю.В. Кінзерський // Економіка України. – 2013. – № 4. – С. 24–43.
5. Концепція розвитку освіти в Україні на період 2015-2025 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Статистичний збірник / Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]: – Доступний з: <<http://ukrstat.gov.ua>>.
7. Національні рахунки України / Статистичний збірник / Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]: – Доступний з: <<http://ukrstat.gov.ua>>.

8. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України / Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: – Доступний з: <<http://ukrstat.gov.ua>>.
9. Пріоритети інвестиційної політики у контексті модернізації економіки України / Аналітична доповідь [Текст] / Національний інститут стратегічних досліджень / А.П. Павлюк, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська, О.О. Молдован [та ін.]. – К.: НІСД, 2013. – 48 с.
10. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: "Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів": Постанова ВР України // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 11. – 148 с.
11. Радзієвська С.О. Сучасний стан та шляхи підвищення конкурентоспроможності економіки України [Текст] / С.О. Радзієвська // Економіка та держава. – 2012. – № 2. – С. 35–38.
12. Скиба М.В. Теоретико-методологічні засади інституціональних змін в економіці [Текст] / М.В. Скиба // Економіка та держава. – 2012. – № 12. – С. 104–107.
13. Структурні перетворення в Україні: передумови модернізації економіки [Текст] / А.П. Павлюк, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська [та ін.] ; за ред. Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2012. – 104 с.
14. Проект Стратегії реформування вищої освіти в Україні до 2020 року / Міністерство освіти і науки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>.
15. The Global Competiveness Index / Insight Report / World Economic Forum / Committed to improving the state of the World <<http://www.weforum.org>>.

Maguta O.V.

TRENDS AND INNOVATION DYNAMICS OF HIGHER EDUCATION IN UKRAINE

The basic indicators of innovation development of Ukraine and the state of preparation of engineering specialties of higher education institutions. Discovered imbalance of higher education in Ukraine with the needs of the economy, demonstrated poor orientation of higher education in the preparation of natural and engineering graduates for the needs of innovative development. Recommended improve the quality and effectiveness of higher education in the context of industrial innovative development of national economy by improving the level of training of highly qualified specialists engineering specialties.

Keywords: *innovation, industrial development, manufacturing, value-added, higher education, engineering profession*

Майор О.В.
к.е.н., доцент
кафедри обліку і фінансів
Львівський інститут економіки і туризму

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Анотація

В статті розглядаються проблеми формування фінансової політики підприємств сфери обслуговування;

Ключові слова: фінансова політика

Вступ

В сучасних умовах нестабільної економіки відбуваються докорінні зміни в галузі фінансових відносин, тому управління фінансами підприємств сфери обслуговування перетворюється на визначальну складову системи управління господарюючим суб'єктом. Сучасні умови господарювання передбачають поєднання законодавчо-нормативного державного регулювання з самостійністю суб'єктів господарювання через формування фінансової, облікової, інформаційної, господарської, цінової, комерційної та ін. політики кожного підприємства.

Поняття фінансова політика поєднує в собі дві категорії «фінанси» та «політика». Якщо говорити про політику взагалі, то це загальний напрямок, характер діяльності, напрям діяльності, лінія поведінки в чому-небудь, певне ставлення до кого, чого-небудь [2, с.1035]. Слово «політика» - це слово іншомовного походження й в перекладі з грецької означає «мистецтво управляти державою». Словник іншомовних слів поняття «політика» трактує як «методи і засоби досягнення цілей і завдань, а також діяльність органів державної влади і державного управління» [3, с. 536]. Останнім часом термін «політика» стали використовувати не тільки стосовно ставлення до управління державою, а й при характеристиці економічної діяльності. Так, часто використовують в словосполученнях «економічна політика», «маркетингова політика», «цінова політика», «фінансова політика», «облікова політика» тощо. Але у всіх словосполученнях слово «політика» вживають у значенні засобів, способів і методів досягнення певної мети. Фінанси економічна теорія та теорія фінансів сьогодні трактує переважно як систему економічних, грошових, виробничих відносин. Так, у словнику визначення фінансів подано як системи грошових відносин у державі, а також сукупність грошових коштів, що є в розпорядженні держави [2, с. 1537].

Фінанси представляють собою систему економічних відносин, які виражають утворення та використання грошових засобів з метою забезпечення розширеного відтворення виробництва. Фінанси пов'язані з використанням грошей і товарно-грошових відносин у процесі утворення,

розподілу та перерозподілу сукупного суспільного продукту й національного доходу. Фінанси, що знаходяться в розпорядженні окремих підприємств, обслуговують формування засобів, їх кругообіг, сприяють здійсненню режиму економії, розвитку виробництва та задоволенню потреб колективу. Отже, в поняття фінансів підприємства включаються грошові відносини, процес утворення та розподілу грошових нагромаджень та інших доходів [1, с. 129].

Розділ 1. Теоретичні основи формування фінансової політики підприємства

Не зважаючи на чималу історію поняття фінансової політики остаточно нез'ясовані. В останні роки проблемі визначення фінансової політики приділяється велика увага, але єдиної думки не існує. Якщо на рівні держави це питання є більш розвинуте як з теоретичної, так і практичної точки зору, то на рівні підприємств спостерігається недостатність науково обгрунтованої теоретичної бази та нехтування керівництвом підприємств на практиці.

У найбільш загальному вигляді під фінансовою політикою розуміють спосіб організації та використання фінансових відносин для здійснення окремих цілей та завдань. Крім того, фінансова політика це також сукупність заходів з накопичення та використання грошових коштів для здійснення конкретних цілей та завдань. Словосполучення фінансова політика на ряду з господарською та комерційною політикою зустрічається в П(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» при формулюванні поняття суттєвий вплив.

Основну мету фінансової політики підприємств сфери обслуговування можна сформулювати як забезпечення здійснення поточної фінансово-господарської діяльності підприємства, виконання тактичних цілей та завдань і забезпечення досягнення стратегічної мети в майбутньому через формування оптимального грошового потоку, ефективного використання фінансових ресурсів та успішної реалізації фінансового менеджменту. Фінансова політика, на нашу думку, має бути:

- оптимальною для впровадження на підприємстві;
- раціональною для використання;
- ефективною за результатами.

Призначення фінансової політики підприємства полягає в:

- упорядкуванні фінансових відносин підприємства;
- наданні фінансам плановірності та послідовності;
- удосконаленні управління грошовими потоками підприємства;
- підвищенні ефективності фінансових відносин підприємства;
- забезпеченні виконання завдань визначених керівництвом підприємства;
- оптимізації грошових потоків за джерелами поступлення, напрямками використання відповідно до визначених управлінням цілей;
- прискоренні грошового обороту на підприємстві;
- оптимізації складу та використання фінансових інструментів підприємства;
- ефективному використанні фінансових ресурсів;

- забезпеченні реалізації фінансового менеджменту.

У результаті проведених досліджень визначено фінансову політику вширокому розумінні – як політику державних органів та держави в цілому всфері фінансових відносин та у вузькому – як політику конкретного підприємства, зокрема і сфери обслуговування, щодо управління грошовими потоками підприємства для покращення фінансового стану підприємства та досягнення цілей, визначених керівництвом. Фінансова політика підприємств сфери обслуговування, як реалізація фінансового менеджменту на практиці, передбачає формування наступних її складових:

- облікової політики;
- кредитної політики;
- політики управління грошовими засобами;
- політики управління витратами та доходами;
- дивідендної політики тощо.

Розділ 2. Особливості формування фінансової політики підприємств сфери обслуговування

Взагалі внутрішньогосподарська політика будь-якого підприємств сфери обслуговування включає в себе політику капітальних вкладень, політику цін, виробничу, інформаційну, управлінську, фінансову, облікову політику підприємства. Фінансова політика буде обумовлювати облікову, виробничу, інформаційну тощо політику підприємства, які, в свою чергу, впливають на фінансову. «Оскільки на виробничу діяльність великий вплив справляє фінансова діяльність, а фінансова діяльність, у свою чергу, залежить від виробничої, потрібно розглядати ці дві сторони діяльності в їх взаємовпливі та взаємообумовленості» [1, с. 130].

У ринкових умовах господарювання все більше зростає роль обліку як виробника інформаційного продукту. Але держава вже не може жорстко регламентувати систему ведення обліку та «нав'язувати всім учасникам економіко-правових відносин однакові підходи до відображення фактів господарської діяльності в обліку, оскільки такі підходи повинні одночасно відповідати умовам фінансово-господарської діяльності кожного окремого підприємства» [1, с. 24]. Аналогічно фінансова політика має враховувати специфіку діяльності кожного підприємства й формуватись відповідно до умов його діяльності, кваліфікації персоналу, наявності комп'ютерної техніки тощо.

«Бухгалтер стає не лише фінансовим радником, а й бере участь у формуванні управлінської політики, значну частину робочого часу приділяє прогнозуванню, плануванню, прийняттю рішень, контролю в забезпеченні системи управління необхідною інформацією» [1, с. 136]. Досліджуючи проблеми облікової політики підприємства, вчені прийшли до висновку про взаємозв'язок та взаємозалежність між обліковою та фінансовою політикою підприємства. Так «різні способи оцінки і, відповідно, різні схеми бухгалтерського обліку, з одного боку, можливі до застосування тільки при наявності певних умов чи обставин, з іншого – вони,

в свою чергу, мають вплив на фінансове становище підприємства, на структуру балансу та фінансові результати підприємства й відповідно на його фінансову політику» [7, с. 5]. В силу того, що способи, методи, процедури, правила та схеми обліку мають вплив на фінансові результати діяльності підприємства, при прийнятті рішень про елементи облікової політики необхідно враховувати визначену фінансову політику підприємства.

Основними елементами облікової політики підприємства, що найбільше визначатимуть та обумовлюють фінансову політику підприємств сфери обслуговування є:

- визнання активів, доходів та витрат;
- організація документального оформлення процесів постачання, виробництва та збуту;
- оцінка засобів підприємства та джерел їх утворення;
- організація синтетичного та аналітичного обліку й застосування субрахунків;
- форми та терміни розрахунків за дебіторською та кредиторською заборгованістю;
- методи погашення вартості необоротних активів через нарахування амортизації;
- система внутрішньогосподарського обліку та звітності;
- організація стратегічного обліку.

Реалізація концепції облікової та фінансової політики підприємства, і зокрема сфери обслуговування, забезпечує простір та незалежність підприємства. Оскільки облікова і фінансова політика є управлінням, то відповідно до теорії Ф.У. Тейлора («Принципи наукового управління») вважаємо, що через формування облікової та фінансової політики проявляється мистецтво господарювання керівного апарату підприємства.

Але – питання призначення облікової та фінансової політики знаходяться в тісному зв'язку з користувачами. Якщо деякі автори суть облікової політики вбачають в «узгодженні майнових інтересів підприємства й зовнішніх користувачів щодо розкриття облікової інформації» [8, с. 15-16], то суть фінансової політики підприємства, на нашу думку, можна сформулювати як узгодження фінансових інтересів власника (власників) підприємства з фінансовою політикою держави.

Кредитна політика підприємства, і, зокрема, сфери обслуговування, передбачає визначення дій щодо оптимального співвідношення власного та залученого капіталу підприємства. В рамках кредитної політики вирішуються питання про забезпечення підприємства власним оборотним капіталом та необхідність позикового капіталу; визначається потреба в довгострокових кредитах та позиках; визначаються кредитні фінансові установи та умови кредитування тощо.

Ефективність кредитної політики підприємства визначається стабільною фінансовою стійкістю підприємства. Політику управління грошовими потоками називають ще політикою управління доходами

підприємства. На нашу думку, політика управління доходами є більш ширшим поняттям. Політика управління грошовими потоками підприємств сфери обслуговування передбачає забезпечення діяльності підприємства необхідною сумою коштів через розрахунок мінімальних та оптимальних залишків грошей готівкою в касі та безготівкових – на рахунках у банках; оптимізації грошового обороту через вибір способів та схем розрахунків. Ефективність політики управління грошовими потоками визначається прискоренням обороту грошових коштів та забезпечення їх наявності в залишках для здійснення поточної господарської діяльності. Політика управління грошовими потоками тісно пов'язана з управлінням витратами. Політика управління витратами на підприємстві реалізується як складова політики управлінського обліку й передбачає поділ підприємства на центри витрат та центри і сфери відповідальності. Політика управління витратами передбачає розробку планів, прогнозів, кошторисів (бюджетів) за елементами витрат та статтями калькуляції та здійснення ефективного контролю за їх дотриманням. Дивідендна політика передбачає формування взаємовідносин між власником (власниками) і керівництвом підприємства та інвесторами з питань нарахування та виплати дивідендів відповідно до теорії агентських відносин та структури капіталу. В ринкових умовах господарювання керівник і власник – це дві різні особи і взаємовідносини між ними мають бути партнерськими. Основне завдання полягає у виборі способів та форм взаємовідносин між ними з метою уникнення конфлікту інтересів для задоволення інтересів власника.

На практиці найбільш поширеними є варіанти, коли нарахування та виплати дивідендів здійснюються у вигляді:

- фіксованої суми виплати;
- постійного відсотка від прибутку;
- акціями підприємства;
- гарантованого мінімуму та екстра-дивіденди.

Ефективність дивідендної політики визначається зростанням ціни акцій, а, відповідно, й ціни підприємства.

Доречним вважаємо документальне оформлення фінансової політики підприємства, і, зокрема сфери обслуговування, здійснювати у вигляді Положення про фінансову політику підприємства. Положення про фінансову політику буде одним із нормативних документів підприємства, що представляє собою сукупність заходів, правил, законів, тверджень та думок з організації й використання фінансів підприємства для досягнення визначених управлінням цілей та завдань.

Для визначення фінансової політики деякі автори пропонують на підприємстві організовувати самостійний фінансовий відділ або в складі бухгалтерії виділити групу фінансових розрахунків [1, с. 129]. На нашу думку, такий підхід є доцільним у подальшому для реалізації та моніторингу результатів фінансової політики, а на момент її формування доречно створювати комісію. Враховуючи значну кількість складових та

широкий діапазон їх впливу до складу такої комісії мають ввійти не тільки працівники фінансового відділу, але і керівництво підприємства та інші головні спеціалісти. Реалізація фінансової політики на підприємстві сфери обслуговування має здійснюватись через формування ефективної системи управління фінансами, тобто створення відповідної служби підприємства. Враховуючи комплекс визначених заходів, їх обсяги і складність та досвід фінансових працівників, фінансова служба може бути у вигляді фінансових управлінь – на великих підприємствах, фінансових відділів – на середніх, та посадових осіб (фінансових працівників або, на крайній випадок – головний бухгалтер або фінансовий директор) – на малих підприємствах. Необхідно починати формувати фінансову політику підприємства з визначення необхідного мінімуму питань. У перспективі коло (перелік) таких заходів буде розширюватись у міру розвитку ринкового середовища, набуття досвіду та результатів діяльності. Сьогодні необхідною є особлива інформація:

- про минулі події та операції – для аналізу та висновків, яку формує фінансовий облік;
- в реальному часі – для поточної роботи, яку акумулює управлінський облік;
- додаткова прогнозна інформація щодо траєкторії розвитку бізнесу, яку генерує стратегічний облік.

Тобто основою формування фінансової політики підприємств сфери обслуговування має стати стратегічний облік. «Стратегічний облік являє собою програму й методику дій для забезпечення успіху фірми» [1, с. 162]. Стратегічний облік за ділянками має бути організований так, щоб прогноз, плани по затратах та фінансові результати від реалізації фінансової політики підприємства було видно до впровадження.

Фінансову політику підприємства, і, зокрема, сфери обслуговування, визначають виходячи з:

- стратегічної мети підприємства;
- найближчих цілей та завдань;
- структури підприємства;
- величини обороту;
- досвіду роботи працівників економічних служб;
- культури управління та інших факторів.

Тому для кожного підприємства визначають свій набір заходів для впровадження та фінансових показників – для моніторингу. Для правильного формування фінансової політики підприємства необхідно визначити її зміст та принципи побудови. У результаті опрацювання теоретичних засад та практики формування фінансової політики підприємства вважаємо необхідним дотримання таких принципів:

- законності – сукупність обраних підприємством заходів з накопичення та використання грошових коштів не повинні суперечити чинному законодавству та нормативним документам;

- науковості та обґрунтованості – підбір заходів повинен здійснюватись аргументовано та на науковій основі;
- ефективності – заходи, здійснювані підприємством з накопичення та використання грошових коштів мають сприяти покращенню фінансового стану підприємства;
- раціональності – відбір заходів має здійснюватись на підставі порівняння результатів таких заходів з витратами на їх здійснення;
- оптимальності – заходи з удосконалення грошового обороту та покращення фінансового стану підприємства мають бути найкращими, найвигіднішими для даного підприємства без негативних наслідків в інших сферах його діяльності;
- системності – підбір заходів повинен здійснюватись: по-перше, у зв'язку із взаємозалежністю між собою; по-друге, фінансова політика має формуватись в єдності з обліковою, виробничою, технічною та іншою політикою підприємства;
- планованості та динамізму – фінансова політика має формуватись плановано на значну та найближчу перспективу, з внесенням змін та коригувань щорічно;
- адекватності – фінансова політика підприємства має відповідати особливостям умов його діяльності;
- безперервності – фінансова політика підприємства визначається постійно, виходячи з того, що діяльність підприємства буде тривати необмежено довго;
- сумісності особистих, регіональних і державних інтересів – фінансова політика підприємства має задовольняти інтереси власника, колективу підприємства та відповідати інтересам регіону та держави в цілому;
- комплексності – підбір заходів має здійснюватися в комплексі всіх заходів покращення фінансового стану підприємства та стратегії розвитку підприємства;
- селекції – перелік заходів з удосконалення фінансів підприємства має здійснюватись на підставі відбору найкращих серед можливих;
- професійного судження – є основою прийняття рішень в умовах невизначеності. Рішення щодо відбору заходів мають визначатися на підставі думок, висновків добросовісно висловлених професіоналами в галузі фінансів, управління та обліку.

Варто пам'ятати, що фінансова політика, як і будь-яка політика, має стратегічний характер і включає певний ризик. Тому погоджуємося з думкою М.С. Пушкаря, М.Т. Щирби [1, с. 156], що вибір політики вимагає обережності, зваженості, а доцільність визначається такими показниками як періодичності.

Висновки

Таким чином, на формування фінансової політики підприємств сфери обслуговування впливає багато факторів, але визначальним є стратегія

фінансово-господарського розвитку підприємства, яка формується на основі політики капітальних вкладень, політики цін, виробничої, інформаційної, управлінської, облікової політики. Отже, фінансова політика підприємств сфери обслуговування визначається метою, цілями та завданнями економічного розвитку конкретного підприємства; його поточними та перспективними планами; можливістю залучення кредитних ресурсів; здійснення інвестиційних програм тощо. Разом з тим, від уміло сформованої фінансової політики підприємства залежить успіх управління фінансово-господарською діяльністю підприємства, його ефективність та стратегія розвитку на тривалу перспективу. Ступінь свободи конкретного підприємства у визначенні фінансової політики обмежується лише державними законодавчо-нормативними документами. Отже, фінансова політика підприємств сфери обслуговування цілком залежить від фінансової політики держави, особливостей діяльності підприємства та потреб управління.

Список літератури

1. Пушкар М.С. Теорія і практика формування облікової політики: Монографія / М.С. Пушкар, М.Т. Щирба. – Тернопіль: Карт-бланш, 2010. – 260 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.: Ірпінь ВТФ «Перун», 2007. – 1736 с.
3. Словник іншомовних слів / За редакцією члена-кореспондента АН УРСР О.С. Мельничука. – К.: Головна редакція Української енциклопедії Академії наук Української РСР, 1975. – 775 с.
4. Фінансовий менеджмент: навч.-метод. посібник. / А.М. Поддєрьогін та ін. – К.: КНЕУ, 2001. – 294 с.
5. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / За ред. проф. Г.Г. Кірейцева. Видання третє, перероблене і доповнене. – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 531 с.

Mayor O.V.

FORMATION OF FINANCIAL POLICY SERVICING ENTERPRISES IN UNSTABLE ECONOMIC CONDITIONS

Summary

*The article deals with the problems of financial policy Formation service sector enterprises;
Keywords: fiscal policy*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано динаміку туристичних потоків України та зазначено основні проблеми вітчизняного туристичного ринку. Автором досліджено, що основними країнами, які відвідували українські туристи (організований туризм) минулого року були Туреччина, Єгипет, Об'єднані Арабські Емірати та Греція. В Україну в основному в'їжджали туристи з Білорусії, Росії, Туреччини та Ізраїлю. На основі проведеного емпіричного аналізу, автором доведений позитивний вплив від збільшення кількості внутрішніх та іноземних туристів на зростання ВВП. Також подано рекомендації для розвитку туристичної галузі в Україні.

Ключові слова: туристичні потоки, організований туризм, внутрішні туристи, зростання ВВП.

Постановка проблеми. Для більшості країн світу розвиток туристичної галузі став стратегічно важливим завданням, що контролюється на найвищому рівні. Активний розвиток міжнародного туризму сприяє не лише прискоренню інтеграції країни до світової спільноти, але й здатен вирішувати деякі проблеми, що стосуються забезпечення національної безпеки держави. Тому аналіз динаміки туристичної галузі України, як невід'ємного суб'єкта міжнародних інтеграційних процесів, набуває особливої актуальності в контексті посткризового відновлення її економіки.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанню розвитку міжнародного туризму присвячена значна кількість як вітчизняних так і зарубіжних науковців, серед яких слід виділити: А. Грянило, Н. Мацур [1], Ю. Маковей [3], М. Осипчука [4], А. Парфіненка [6], Д. Соловійова [8], А. Теребуха, О. Макар, Г. Ільницьку [9], В. Ріщенко, М. Зівітере, Л. Кутирієву [7] та багато інших.

Зокрема, авторами А. А. Теребух, О. П. Макар та Г. Я. Ільницькою [9] за допомогою SWOT – аналізу не лише зазначені основні проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні, але й (за допомогою структурно-логічної схеми) запропоновані шляхи їх вирішення. Вчені наголошують, що особливу увагу потрібно приділити припливу інвестицій у туристичну галузь країни, що дасть змогу залучити більшу кількість туристів із-за кордону і, відповідно, збільшити обсяг наданих послуг.

На думку таких авторів як В. Ріщенко (V. Riashchenko), М. Зівітере (M. Zivitere) та Л. Кутирієва (L. Kutyrieva) [7] основною проблемою на шляху до розвитку туризму в Україні є незначна фінансова підтримка галузі з боку уряду. Для прикладу Ю. Маковей [3], аналізуючи досвід Польщі у розвитку міжнародного туризму, зазначає, що

фінансове забезпечення туристичної сфери здійснюється з державного бюджету відносно стабільно, що свідчить про зацікавленість польського уряду в розвитку галузі. Проводячи паралелі із фінансуванням галузі в Україні, автор дійшов висновку про значне відставання економічних показників України від Польщі в туристичній сфері.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На даний момент туристична галузь України обговорюється значною кількістю як вітчизняних так і зарубіжних науковців. Проте, на наш погляд, ґрунтовнішої уваги потребує дослідження впливу туристичних потоків на економічний розвиток вітчизняної економіки.

Метою статті є аналіз сучасних тенденцій та перспектив розвитку міжнародного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. В умовах розвитку глобалізаційних процесів міжнародний туризм став однією із основних галузей розвитку національних економік більшості держав світу. Для прикладу, туризм – це одна з провідних галузей економіки Греції, саме на неї припадає 18 % ВВП країни, а на Італію – 12 %, для економіки України цей показник коливається в межах 2 %. Такі дані дають підстави оцінити поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Причинами цього є недостатнє кадрове забезпечення сфери туризму та кваліфікація працівників (серед загальної кількості працівників нашої країни поки що тільки 21 % – кваліфіковані, а в Японії – 72, Німеччині – 56, США – 43 %), висока вартість готельних номерів, застарілий матеріально-технічний комплекс, невідповідність рівня сервісу міжнародним стандартам, занедбаність багатьох пам'яток культури та історії, низка проблем екологічного, економічного і соціального характеру та ін.

У сучасних умовах господарювання на розвиток туризму в Україні також негативно впливає напружена політична ситуація. Анексія Криму, події на сході та півдні України вже сьогодні спричинили зміни в структурі та об'ємах в'їзних і внутрішніх туристичних потоків (рис. 1). Окупація Криму призвела до втрати близько 30 % рекреаційно-туристичного потенціалу. Відповідно, частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку біля моря, змушена їхати за кордон або відмовитися від такого виду відпочинку [2, с. 99].

Незважаючи на те що в'їзний туризм стримують багато факторів: політична й економічна нестабільність, унаслідок цього скорочення маршрутів, відсутність необхідної матеріальної бази, антиреклама України на Заході, негативна інформація про суспільний і політичний стан в Україні та багато інших, країна все ж має передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму [2, с. 100].



Рис. 1. Динаміка туристичних потоків з 2000 по 2015 рр., осіб
За: [5]

Дані рис. 1 свідчать про спадну динаміку туристичних потоків з України та зменшення кількості внутрішніх туристів. Така ситуація пояснюється тим, що майже 70 % власних доходів українці витрачають на харчування, що відчутно позначається на розвитку туризму. Більш заможні громадяни нашої країни обирають в якості організованого туризму в основному такі країни як Туреччина – 42 %; Єгипет – 10 %; Об'єднані Арабські Емірати – 6 % та Греція – 5 % (рис. 2).

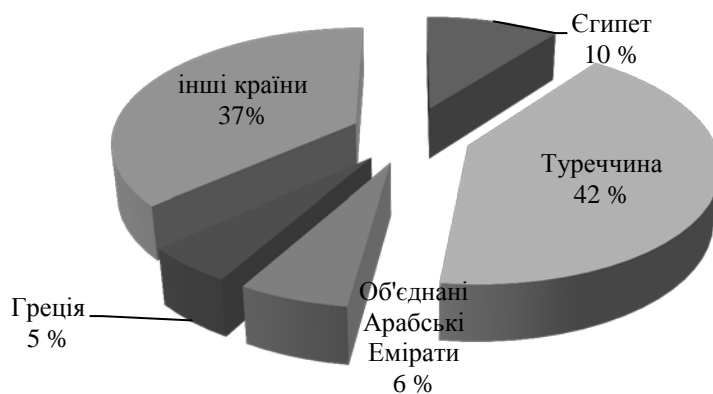


Рис. 2. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали (організований туризм), в 2016 р., у %
За: [5]

Згідно даних Державної служби статистики України у 2016 р. нашу країну в основному відвідували туристи з Білорусії – 49 %; Російської Федерації – 26 %; Туреччини – 7 % та Ізраїлю – 6 % (рис. 3). Метою туристів з Росії та Білорусії є сімейний відпочинок на традиційних курортах Чорного й Азовського морів, незначна частина, в основному особи молодого віку, потребують різноспрямованих спеціалізованих турів. Частково це тури вихідного дня, гостьовий туризм. Для такого потоку характерне пересування за допомогою залізничного та автомобільного, у тому числі власного,

транспорту. Громадяни Ізраїлю відвідують Україну здебільшого з релігійною метою (щорічно у вересні в м. Умань (Черкаська обл.) приїжджають євреї (хасиди) для святкування єврейського Нового року), їх поїздки мають яскраво виражений сезонний характер. Громадяни Туреччини в'їжджають до нашої країни часто із комерційними цілями.

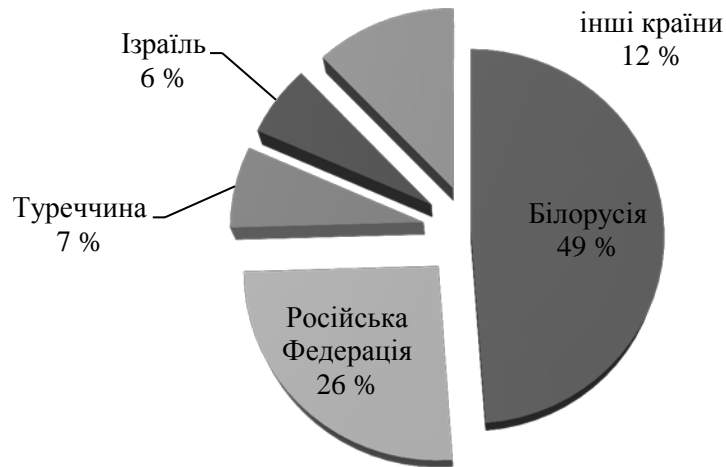


Рис. 3. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2016 р., у %
За: [5]

Частина осіб в'їжджає до України для налагодження та підтримки ділових контактів. Подібно до попереднього потоку частково це тури вихідного дня, гостьовий туризм (для прикордонних районів). Для цього потоку характерним є використання повітряного транспорту, хоч громадяни ближніх європейських країн, особливо Польщі, зазвичай обирають для подорожей автомобільний транспорт.

Середній строк перебування іноземних туристів в Україні – чотири дні, сума витрат у країні – біля 600 дол. США. Що стосується типів турів, західні туристи часто обирають індивідуальні поїздки або круїзи. Згідно даних державної служби статистики України, за кількістю туристів попереду виділяється м. Київ, на який припадає майже 50 % туристів та екскурсантів, обслугованих туроператорами України (рис. 4). Найменшою є кількість обслугованих туристів у Луганській, Донецькій та Черкаській областях, а найбільшою – у Львівській області.



Рис. 4. Розподіл туристів, обслужованих турагентами за метою поїздки та видами туризму в 2015 р. за регіонами, осіб

За: [10]

З метою виявлення впливу міжнародного туризму на динаміку ВВП України використано метод найменших квадратів з інструментальними змінними (2SLS) (рівн. 1). У дослідженні використано річні дані у період з 2000 по 2015 рр. з Державної служби статистики України [5] (усі показники прологарифмовано).

$$gdp = -9.395 + 1.09 * d_tour - 0.07 * l_tour + 1.19 * f_tour - 0.65 * tour_activ$$

$$(-1.46) \quad (1.81^{***}) \quad (-0.451) \quad (3.724^{**}) \quad (-0.804) \quad (1)$$

$$R^2 = 0.81 \quad DW = 2.08$$

де gdp – ВВП України, млн. дол. США; d_tour – внутрішні туристи, кількість осіб; f_tour – іноземні туристи, кількість осіб; l_tour – туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, кількість осіб; $tour_activ$ – кількість туристів, обслужованих суб'єктами туристичної діяльності України, осіб.

Результати емпіричного аналізу показали, що збільшення внутрішніх туристів на 1 % спричиняє зростання ВВП України на 1,09 % з ймовірністю впливу 90 %. Крім того, збільшення кількості іноземних туристів на 1 % супроводжується зростанням вітчизняного ВВП на 1,19 % з ймовірністю впливу 95 %. Не позначається впливом на зростання ВВП кількість туристів, які виїжджали за кордон та кількість туристів, обслужованих суб'єктами туристичної діяльності України (показник ймовірності в обох випадках є незначущий).

Висновки. Таким чином, міжнародний туризм в Україні, за умов розвитку інфраструктурних об'єктів, може стати прибутковою галуззю, що підтверджено результатами емпіричного аналізу. На наш погляд, перспективними видами туризму в Україні можуть стати гастрономічний та зелений туризм. Головними містами гастрономічного туризму, які користуються популярністю серед закордонних та вітчизняних туристів, є Київ, Одеса та Львів. В Одеській області пропонують тури “Гастрономічна Бессарабія”, “Фрумушіка-Нова”, що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури. А найбільш пріоритетними районами для розвитку сільського зеленого туризму в Україні є: Закарпатський, Івано-Франківський, Вінницький, Київський, Львівський, Полтавський.

Отже, створення конкурентоспроможного туристичного продукту та популяризації його у світі вимагає від уряду запровадження наступних заходів: - приведення нормативно-правової бази туристичної індустрії у відповідність з міжнародними стандартами; - збільшення фінансування галузі з метою модернізації інфраструктурних об'єктів; - впровадження потужної маркетингової та рекламно-інформаційної діяльності вітчизняного туристичного продукту в контексті проведення в Україні пісенного конкурсу “Євробачення – 2017”; - популяризація національного туристичного бренду за кордоном, адже іноземні туристи переконані, що в Україні війною охоплена вся територія країни, а не окрема її частина та ін.

Перспективи подальших розвідок. Оскільки стратегія розвитку туристичної галузі в Україні на пряму залежить від ефективної промоції національного туристичного продукту на світовій арені. Перспективами подальших розвідок стане аналіз досвіду залучення туристів іншими країнами.

Список використаних джерел:

1. Грянило А. В. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні / А. В. Грянило, Н. І. Мацур // Фінансовий простір. – 2013. – № 4 (12). – С.144-148.
2. Гук Н. А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи / Н. А. Гук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Випуск 7 (частина 1). – С. 99-102.
3. Маковей Ю. Розвиток сфери туризму в Україні / Ю. Маковей // Ефективність державного управління : збірник наукових праць. – 2015. – Вип. 44. – С. 87-93.
4. Осипчук М. Д. Міжнародний туризм у контексті модернізації зовнішньоекономічної діяльності України на засадах сталого розвитку / М. Д. Осипчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Випуск 6 (частина 1). – С. 107-111.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Ю. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Випуск 126 (частина I). – С. 12-23.

7. Riashchenko V. The problems of development of the Ukrainian tourist market and ways of their solutions / V. Riashchenko, M. Zivitere, L. Kutyrieva // Information technologies, management and society. – 2015. – № 8(1). – С. 21-26.

8. Соловійов Д. І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково – методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д. І. Соловійов [Електронний ресурс] // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – № 1 (9). – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb/2010_1/14.pdf.

9. Теребух А. А. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні / А. А. Теребух, О. П. Макар, Г. Я. Ільницька // Молодий вчений. – 2015. – № 11 (26). – Частина 2. – С. 126-129.

10. Туристична діяльність в Україні у 2015 р. : статистичний бюлетень / [за ред. О. О. Кармазіної та ін.]. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 76 с.

Makohin Z.Y.

CURRENT TRENDS AND THE PROSPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE.

The dynamics of tourist flows in Ukraine are analyzed and the main problems on the domestic tourism market referred to in article. The author investigated that the most visited countries for Ukrainian tourists (organized tourism) last year were Turkey, Egypt, United Arab Emirates and Greece. Most tourists arriving to Ukraine were from the following countries: Belarus, Russia, Turkey and Israel. According to the empirical results, the positive impact of the increasing number of domestic and foreign tourists to the GDP growth is proved by author. The recommendations for the development of tourism industry in Ukraine are proposed.

Keywords: *tourist flows, organized tourism, domestic tourists, GDP growth.*

ІНВЕСТИЦІЇ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – ВИМОГА ЧАСУ

У статті проаналізовано різні трактування поняття інтелектуального капіталу. Обґрунтована актуальність залучення інвестицій в інтелектуальний капітал. Охарактеризовано поняття людський капітал. Проаналізовано проблему старіння інтелектуального капіталу пов'язану з старінням трудового персоналу. Охарактеризовані способи стимулювання приватних інвестицій у людський капітал.

Ключові слова: інвестиції, інтелектуальний капітал, людський капітал, персонал підприємств, старіння персоналу.

В сучасних умовах господарювання виникає нагальна потреба формування принципово нового погляду на відтворення та застосування інтелектуального капіталу. Радикальна зміна суспільних відносин, структурна зміна національної економіки, становлення економіки знань вимагає критичного перегляду інструментів та механізмів регуляторного втручання, і перед усім понятійно-категорійного апарату, спроможного об'єктивно представити суть та характер інвестицій в інтелектуальний капітал.

Основні категорії аналізу та оцінки інтелектуального капіталу сформульовані Г. Беккером, Т. Шульцем та І. Фішером ще на стадії зародження досліджень цієї наукової проблеми. З врахуванням національних особливостей дана категорія відображена в різних інтерпретаціях категорійно-понятійного апарату, представленого українськими дослідниками О. Грішновою, І. Петровою та Л. Шевчуком, де застосовується це поняття і наголошується на проблемності розвитку інтелекту в Україні.

Зараз радикальні зміни світогляду людини, переоцінка категорій добра і зла, вимагає модернізації понятійно-категорійного апарату інтелекту, та інтелектуального капіталу. Дослідження на сучасному етапі інституційної структуризації і, зокрема, в умовах автономного функціонування мілітаризації та відтворення і втрати людського капіталу, вимагає зовсім по-новому оцінити вартість людини, вартість її здоров'я, рівень розвитку інтелектуального потенціалу.

Даною інформацією, я хочу привернути увагу до цінностей, які раніше ми собі уявляли абстрактно, дивились на них через призму часового ланцюгу, вимірюваного десятиліттями, а то і більше. Вважаю, що такий підхід до інтелекту, до інвестицій в інтелектуальний капітал, дасть нам про себе негативну інформацію через років 5 – 10. Це призведе до того, що зовсім по-новому потрібно буде трактувати поняття інвестицій в інтелектуальний капітал, інвестицій в людський капітал в цілому. Виникнуть нові умови і

особливості їх структуризації, між вікової та міжрівневої взаємодії особи як носія людського капіталу, особи як інтелектуальної цінності, їх місця в колективі, в суспільстві. Окремо виникає проблема процесу демографічного відтворення людини, її інтелектуальних здібностей.

Найбільш поширеним трактуванням інтелектуального капіталу є виробничий, споживчий підхід, який проявляється через знання, уміння, навички, які необхідні при визначенні рівня професійної підготовки через компетенції якими повинен володіти окремий носій робочої сили. Тут на перше місце виходить вартість, яка створюється в результаті затрат на навчання, отримання освіти, збереження та зміцнення здоров'я, тобто інвестиції в людину і створення людського капіталу та його нагромадження. Працівник, який володіє великим запасом нагромадженого спеціального капіталу внаслідок багаторічної роботи на одному підприємстві, організації не завжди може розраховувати на повну відповідність його знань, умінь та навиків на іншому підприємстві.

Людський капітал – це сукупність сформованих, розвинутих внаслідок інвестицій продуктивних здібностей, особистих рис і мотивацій, поведінки індивідів, що перебувають у їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і впливають, завдяки цьому, на зростання доходів свого власника і національного доходу держави.

Дослідження інвестицій в інтелектуальний капітал зараз набуває великої актуальності. Тут часто ототожнюють інтелектуальний потенціал з інтелектуальним капіталом. Помилкою такого ототожнення є розгляд інтелектуального потенціалу з точки зору трудових концепцій, модернізованих в межах комерціалізації засобів та чинників освіти, охорони здоров'я та функціонування ринку праці.

Очевидним для категорії інтелектуальний капітал, слід вважати його двояку природу, тобто ще і людський капітал, де з однієї сторони розглядається людський капітал в якості об'єкта інвестування з усіма наслідками очікуваної віддачі на капітал, а з іншої – в якості особи, її інтелекту, індивіда, тобто трудового ресурсу з комплексом фізіологічних, соціальних та психологічних властивостей. Остання складова виступає причиною ключових відмінностей інтелектуального капіталу від інших видів капіталу бізнесових структур.

Вдаючись до деталізації категорії інтелектуальний капітал окрему увагу варто приділити рівням його застосування, серед яких природно виділяють рівень особистості, безпосередньо носія цього капіталу, суб'єкта господарювання, і суспільства в цілому. Держава гіпотетично спроможна отримати вигоду від використання наявного інтелектуального капіталу в ході конкуренції за обмеження фінансових інвестицій, природних ресурсів та ресурсів розвитку в межах світової економіки. Як наслідок, людина, як носій інтелектуального капіталу трактується винятково у статусі інтелектуального потенціалу. Суб'єкти господарювання сприймають інтелектуальний капітал

виключно як робочу силу, а функції держави зводяться до соціального захисту та соціального розвитку населення. Останнє цілком вписується в еволюцію поглядів на людину, як учасника інвестиційного процесу, де вершиною наукового обґрунтування місця людини в економічних та суспільних процесах виступає теорія інтелектуального капіталу.

Інтелектуальним капіталом особи потрібно вважати реалізований або приданий для потенційної реалізації інтелектуальний потенціал, що забезпечує отримання матеріальних, моральних, соціальних та статусних ефектів.

Ринкова економіка об'єктивно загострює питання підвищення продуктивності праці. Це обумовлює зростання вимог до рівня кваліфікації і знань сучасного працівника, рівня розвитку інтелектуального потенціалу, здатності до генерування ідей і прояву творчості.

Особливе місце у професіоналізації працівників, вартості інтелектуального капіталу займає проблема його старіння. Проблема старіння інтелектуального капіталу пов'язана з старінням трудового персоналу. Вона вимірюється, як перевищення фактичного середнього віку відповідної групи інтелектуальної праці над його оптимальним значенням. Під оптимальним можна розуміти вік, виявлений шляхом експериментальних оцінок, що базується на дослідженні впливу працівника на результативність його роботи.

В цілому старіння інтелектуального капіталу замічається тоді, коли окрема особистість використовує застарілі погляди теорії, поняття та методи, які менш ефективні для вирішення поставлених проблем. Нажаль підприємства, організації, установи ніколи не знають в яку суму обходиться старіння їхнього інтелектуального капіталу, доки конкуренти не випередять їх.

Можна виділити два види старіння в залежності від його причин. Перше – професійне старіння знань особистості в її професійній сфері діяльності, і друге – старіння на займаній посаді, тобто невідповідність кількості, рівня знань, умінь, навичок, які має особа по відношенні до рівня знань, умінь і навиків, що вимагаються до даної посади, яку вона займає.

Проблема старіння персоналу загострюється з погіршення зовнішнього середовища, організації. Це зокрема, демографічна ситуація, стан локального ринку праці та інше. Дослідження проблеми старіння персоналу, як носія інтелектуального капіталу є основним чинником конкурентоспроможності, виявлення і оцінки ступеня його старіння.

Ступінь старіння інтелектуального капіталу в значній мірі визначається віковою структурою його носіїв, оскільки вона включає в себе лише осіб працездатного віку. Старіння робочої сили визначається співвідношенням чисельності окремих вікових груп і рівнем їх зайнятості, який залежить від ряду причин. низький рівень розвитку виробничих сил для задоволення суспільних потреб вимагає залучення до праці широких верств населення і тим самим розширюється вікова межа робочої сили.

Високий рівень розвитку скорочує загальну зайнятість, вибираючи працівників відповідного віку, трудові можливості якої якнайбільше відповідають критеріям економічної ефективності. Велику роль в регулюванні вікової структури інтелектуального капіталу відіграє ступінь відповідності виробничого процесу трудовим можливостям робочої сили різних вікових груп. В силу змін вимог змінюється і ступінь цієї відповідності і, можливість зайнятості осіб конкретного віку. Співвідношення чисельності працівників різних вікових груп залежатиме від рівня потреби в праці і задоволенні їх матеріальних потреб. Якщо у працівника достатньо високий рівень забезпечення матеріального добробуту, то він може і не працювати. Коли рівень добробуту низький, то працівник об'єктивно буде максимально продовжувати свою трудову діяльність, тим самим сприятиме старінню інтелектуального потенціалу.

На локальних рівнях механізм старіння матеріального потенціалу спирається на природну демографічну основу і на процеси розподілу і перерозподілу робочої сили сфери діяльності. Ступінь старіння робочої сили може змінюватися наявністю тих чи інших соціально-економічних переваг. Окремі галузі підприємства і професії відрізняються рівнем заробітної плати. Високий її рівень стабілізує кадровий склад, висока заробітна плата на підприємствах певних галузей і її регулярна виплата буде приваблювати молодь до цієї галузі і тим самим зменшиться ступінь старіння інтелектуального потенціалу.

В літературі відсутні узгодженість думок щодо визначення вікових меж старіння персоналу. Найцінніший в економічному відношенні період 35-45 років. Він характеризується найвищою творчою віддачею. Виділяють також пізню зрілість – 45-50 років, вона характеризується інтенсивним включенням в суміжні види діяльності, вибором додаткової професії.

Формування досвіду відбувається протягом більшої частини трудової діяльності коли він накопичується, видозмінюється, отримує нове наповнення і застосування. Правило вчитись усе життя набуває все більшого значення. Його ефективність визнається не матеріальними, а інтелектуальними чинниками.

Інформаційно-комунікаційні технології створюють глобальну конкуренцію в умовах якої вони стають важливіші за масове виробництво. Така тенденція буде зберігатись і надалі в зв'язку з вимогами інтелектуального капіталу.

Серед дієвих способів стимулювання приватних інвестицій у людський капітал є система податків і субсидій через яку держава впливає на доходи тих хто здійснює такі інвестиції та регулювання цін на інвестиції в людський капітал, що може бути здійсненим через регулювання цін використовуваних для цього ресурсів.

У створенні активів людського капіталу зростає роль окремих підприємств. Часто вони стають найефективнішими виробниками цього капіталу, оскільки здійснюють підготовку персоналу відповідно до поточних

і перспективних потреб виробництва. Однак підприємствам притаманний прагматичний підхід, вони роблять інвестиції в людський капітал лише доти доки вони приносять економічну вигоду. Інтегрований соціальний пакет від цих інвестицій є в основному суспільним благом. Саме тому в цивілізованому світі держава економічними методами заохочує підприємства до інвестування в людський капітал.

Інвестуючи у своїх працівників, підприємства активізують їхню трудову віддачу, підвищують продуктивність праці, скорочують витрати робочого часу, зміцнюють свою конкурентоспроможність. Ефективне державне регулювання процесу підвищення кваліфікації кадрів, накопичення людського капіталу повинно стати дієвим чинником прискорення виходу України з економічної кризи.

Пройдений Україною шлях реформації показує, що орієнтація тільки на ринкові засоби перетворення економіки без врахування фундаментальних умов наукового забезпечення сучасного інноваційного рівня виробництва є не тільки помилковою, а й шкідливою. Науково-технічний прогрес потребує значних витрат пов'язаних з оновленням знань.

Визначальною умовою активного інвестування в людський капітал на всіх рівнях є висока ефективність цих інвестицій. Аналіз ефективності освіти та професійної підготовки в Україні в цілому підтверджує положення теорії людського капіталу, хоча і виявляє певні національні особливості. Висока диференціація ефективності різних освітньо-професійних рівнів та менша економічна вигідність інвестицій в людський капітал порівняно з альтернативними економічними проектами в сучасних умовах призводить до необхідності кардинальних змін в системі оплати праці, плинності кадрів, міграції трудових ресурсів.

Наше суспільство переходить в епоху панування не матеріального виробництва. В ньому економічна складова життєдіяльності людини переростає в творчу складову формування нової людини, яка озброєна знаннями, реалізує себе в інтелектуальній праці в творчій діяльності і саме інтелект розвитку повинен виступати сьогодні основною якісною характеристикою цінності людського капіталу.

Література:

1. [Буковинська М. П.](#) Оцінка людського капіталу підприємства як необхідний чинник ефективності його роботи / М. П. Буковинська // [Інтелект XXI](#). – 2014. – № 2. – С. 104-110.
2. Гальків Л.І. Втрати людського капіталу та їх попередження (теорія, методологія, практика) : автореф. дис... д-ра. екон. наук : 08.00.07 / Л. І. Гальків; – Львів, 2013 – 40 с.
3. [Дудка Т.](#) Педагогічний потенціал освітнього туризму / Т. Дудка // [Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія](#). - 2014. - Вип. 33. – С. 81-87.

4. Ляховин О. Мовний, освітній і науковий туризм: формування розвиток термінології (на матеріалі української, російської і німецької мов) / О. Ляховин // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – 2011. – Вип. 52. – С. 164-170.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Туристична діяльність в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Устименко Л. М. Освітній туризм як історико-культурне явище Л. М. Устименко // Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2014. – Вип. 15. – С. 102-108.
7. Ушенко Н. В. Тенденції студентського освітнього туризму в умовах інтернаціоналізації освіти / Н. В. Ушенко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2014. – № 5. – С. 141-147.
8. Шилкіна А. О. Освітній туризм в Австралії / А. О. Шилкіна // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 8. – С. 76-82.

Marcin V. S.

INVESTMENTS IN INTELLECTUAL CAPITAL - TIME REQUIREMENT

The article analyzes the different interpretation of the concept of intellectual capital. The urgency of attracting investment in intellectual capital. Characterized concept human capital. The problem of aging intellectual capital related to the aging of the working staff. We characterize ways to stimulate private investment in human capital.

Key words: *investments, intellectual capital, human capital, personnel, aging staff.*

Мороз Володимир Павлович

к.е.н., в.о. доц.

Скаско Олег Іванович

д.е.н., в.о. проф.

Львівський інститут економіки і туризму

ПОДАТКОВІ СТИМУЛИ РОЗВИТКУ ІНОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Одною із передумов економічного зростання України є активізація інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. Проте ніякого пожвавлення не відбувається через невизначеність економічного механізму управління інноваційними процесами підприємств туристичної галузі, безсистемність процесу їх впровадження, комплексного використання, тощо. Досі відсутнє чітке уявлення про систему стимулів для розвитку інноваційної діяльності, не сформовано та не систематизовано методичні підходи та інструментарій для вивчення та аналізу цих стимулів.

Важливо розуміти суспільне значення інноваційної діяльності в усіх галузях економіки України. Інновації в туризмі України є видом економічної діяльності, який надає позитивний вплив на економічне зростання і зайнятість в країні, оскільки має великий вплив на такі ключові сектори економіки, як транспорт, послуги готелів та ресторанів, торгівля, будівництво, виробництво товарів народного споживання і багато інших.

***Ключові слова:** податки, податкова система, інвестиції, податковий кодекс, інновації, інноваційна діяльність, інновації в туризмі, туристичний продукт, туристичні ресурси.*

Актуальність проблеми. Інноваційна діяльність у туризмі знаходить своє втілення у створенні нових або поліпшенні існуючих туристичних продуктів, удосконаленні транспортних, готельних та інших послуг, освоєнні нових ринків, упровадженні провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій, сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, нових підходів до задоволення потреб туристів.

Податки також мають значний суспільний зміст, оскільки фактично є одним з основних інструментів держави в процесі реалізації її політичної влади. Завданням ж держави є, зокрема, забезпечення своїх конкурентних переваг на світовій арені, що досягається завдяки інвестуванню в інновації. Таке завдання стає дедалі актуальнішим та потребує розроблення механізму управління інноваційною діяльністю, використовуючи економічні інструменти, зокрема податкові.

За сучасних умов інноваційні процеси, що відбуваються в туристичній галузі набувають масового характеру в світі і є нормальною адаптивною реакцією на зміни економічних процесів та взаємовідносин на ринку.

Для того, щоб інноваційні процеси в туристичній галузі були керованими і ефективними у довгостроковому періоді, необхідно розуміти

сутність інноваційної діяльності, інноваційного процесу, знати їхні складові елементи, розробити базову схему управління інноваційною діяльністю та методичну базу, пов'язану з оцінкою інноваційного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню інноваційних процесів у присвятили свої наукові дослідження Г.О. Андрощук, І.О.Бочан, І.Б. Жиляєв, Б.Г. Чижевський, С.М. Ілляшенко, В.М. Ковальчук, М.Д.Корінько, М.І. Крупка, Н. Ожогіна, В.І Чернікова, М.М. Шевченко. Проте швидкоплинні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища зумовлюють нові проблеми і потребу їх наукового вирішення.

Мета роботи. Проаналізувати податкове законодавство України та визначити специфіку оподаткування інноваційної діяльності підприємств України, вивчення досвіду у сфері оподаткування інноваційної діяльності в туризмі у країнах з розвинутою економікою. Визначити важливість стимулюючої функції податкової системи України на збільшення інвестицій та розвиток інноваційної діяльності в сфері туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для реалізації стратегії інноваційного розвитку в Україні є всі необхідні передумови, серед яких науково-технічний, виробничий та кадровий, рекреаційно-курортний, екологічний потенціал, що визначають конкурентні переваги України, сформована законодавча база, що регламентує діяльність підприємств з інноваційною складовою.

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Відповідно інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [1].

Стратегічними пріоритетними напрямками до 2021 року згідно зі ст. 4 Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [2] є:

- ✓ освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;
- ✓ освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки;
- ✓ освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;

- ✓ технологічне оновлення й розвиток агропромислового комплексу; впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;
- ✓ широке застосування технологій більш чистого виробництва й охорони навколишнього природного середовища;
- ✓ розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Українські вчені розглядають інновації «...як процес, або як його результати...». Так, М.І. Крупка «під інноваціями розуміє нововведення, використання якого сприяють якісним змінам у виробництві з метою отримання соціально-економічної вигоди (ефекту) [8]», С.І. Ілляшенко розглядає «інновації як засіб адаптації суб'єктів господарської діяльності до змін зовнішнього середовища, здатний забезпечити тривале виживання і розвиток відповідно до обраної мети [5]».

Розвитку інноваційної діяльності в світі присвячено багато наукових праць, які по своєму трактують інновації. Згідно з К. Найту «інновації являють собою впровадження чогось нового відносно до організації або її безпосереднього оточення, будучи особливим випадком процесу зміни в організації [7]». Б. Твісс визначає «інновацію як процес, в якому винаходи або ідеї набувають економічний зміст [7]». Ф. Ніксон вважає, що «інновація – це сукупність технічних, виробничих та комерційних заходів, які спричиняють появу на ринку нових і поліпшених промислових процесів й обладнання [7]». На думку Б. Санто «інновація – це суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і у випадку, якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, її поява на ринку може принести додатковий дохід [7]».

Таким чином інновація у сфері туризму може бути визначена як: нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на туристичному ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми.

Спираючись на класифікацію інновацій, запропоновану Черніковою В.І., можна дати таку класифікацію інновацій у туризмі за об'єктом застосування (табл. 1) [11].

Таблиця 1

Класифікація інновацій у туризмі за об'єктом застосування

Типи інновацій за	Типи інновацій у туризмі	Приклади
1. Упровадження нової продукції та продукції з новими властивостями	Продуктові інновації – впровадження на туристичний ринок нового і удосконалення існуючого турпродукту (туру, послуги).	Розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей (наприклад, тури в Антарктиду); пропозиція нових послуг (наприклад, оздоровчі послуги в готелях).

2. Використання нової сировини	Ресурсні інновації – використання нового виду туристичних ресурсів для організації туризму та розробки нових турів і послуг.	Освоєння нетрадиційних об'єктів показу (наприклад, індустріальний і дигг-туризм (сталкінг), мілітарі-туризм). Будівництво нових інфраструктурних об'єктів (наприклад, для заняття екстремальними видами спорту); Пропозиція ринку нової події (наприклад, фестивалю).
3. Використання нової техніки, технологічних процесів	Техніко-технологічні інновації – впровадження нової або істотно поліпшеної техніки і технології обслуговування клієнтів, просування і реалізації послуг.	Електронні системи бронювання в готелях; електронні системи продажу авіаквитків; інтегровані системи управління інфраструктурою готелю; інтернет-реклама; Е-комерція (в мережі інтернет), наприклад, створення віртуальних турагентств.
4. Зміни в організації виробництва і його матеріально-технічному забезпеченні	Організаційні інновації – впровадження більш ефективних структур управління й порядку організації діяльності фірми, нових профілів робочих місць і професійних вимог.	Розвиток інтегрованих готельних ланцюгів; використання систем управління готелем за контрактом; використання комп'ютерних клієнтських баз даних, CRM-Систем.
5. Поява нових ринків збуту	Маркетингові інновації – виділення нових сегментів ринку, обслуговування нових груп клієнтів (виділених за географічною, соціально-демографічною, поведінковою ознаками).	Вихід на нові географічні ринки; розробка спеціальних турів і послуг для окремих груп споживачів (наприклад, людей з обмеженими можливостями) тощо.

Туризм є багатовекторною та мультигалузевою сферою і тому хорошим фундаментом для запровадження інновацій. Туристичний бізнес переживає бум інформатизації, враховуючи широкий інформаційний сектор, потужність та масовість інформаційних повідомлень та віртуальний сектор подорожей в глобальних мережах, тому є велика перспектива впровадження ІТ.

Новими напрямками використання ІТ для туризму є: запровадження мобільного Інтернету, електронних каталогів пропозицій, поширення on-line-бронювання не лише в роботі з рітейловими агентствами, а й безпосередньо з клієнтами, залучення для роботи «Ботів» замість людської праці, тощо. Це тільки деякі приклади, що ілюструють інноваційну діяльність і напрям її подальшого розвитку туризму. Неординарні ідеї, що просувають бізнес у сфері туризму, автоматизація і доступність довідкової інформації, розробка нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення і програмні рішення,

мінімізація людської праці - це наступні кроки в розвитку туризму як в світі так і в Україні.

Соціальна функція туризму також широко віртуалізується. Так, соціальні інформаційні мережі є потужним інструментом, який впливає на споживання туристичних послуг. Групи туристів створюють сайти, контактні групи з обміну досвідом подорожей, думкою про готелі, курорти, роботу персоналу та рівень сервісу. З'являються нові способи туристичної активності, наприклад, туристи з різних країн обмінюються житлом на час відпустки і для цих цілей реєструються на відповідних порталах і об'єднуються в специфічні соціальні групи. Туризм є важливим інструментом зміцнення думки про Україну в світі, формує наші цінності і сприяє розвитку привабливості країни, яка є результатом багатовікового культурного обміну, мовного розмаїття і творчості.

В світовій практиці в туризмі широко розповсюджуються інновації, спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби у комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачливістю та комплексністю. Популяризуються інновації на транспорті (створення нових, специфічних видів транспорту та методів пересування), в готельному бізнесі (спорудження готелів і комплексів в незвичних місцях), в ресторанному бізнесі (створення нових страв з використанням нанотехнологій), застосування енергозберігаючих та екологічних технологій, що здатні подовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість туристичних послуг.

Таким чином, можна виділити наступні основні напрями інноваційної діяльності в сфері туризму:

- ✓ Випуск нових видів туристичного продукту (ресторанного продукту, готельних послуг і т.д.);
- ✓ Використання ІТ у виробництві традиційних продуктів;
- ✓ Використання нових туристичних ресурсів, що раніше не використовувалися (подорожі туристів на космічних кораблях, перший тур запланований на Місяць до кінця 2017 року);
- ✓ Зміни в організації виробництва і споживання традиційного туристичного, ресторанного продукту, готельних послуг і т.д.;
- ✓ Новий маркетинг;
- ✓ Новий менеджмент;
- ✓ Виявлення і використання нових ринків збуту продукції (готельні та ресторанні ланцюги).

Отже, ми можемо зробити висновок, що інновації в туристичній сфері це необхідний процес, який продиктований вимогами сьогодення, спрямований на створення нового привабливого турпродукту, формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни.

Тому виникає нагальна потреба знаходити нові джерела фінансування інноваційної діяльності шляхом стимулювання інвестицій в цей сектор економіки.

Податкова система в Україні, незважаючи на кардинальні зміни 2016 року, дала можливість покращити рейтингові позиції (кого) в світі [12], до сьогодні виконує функції переважно фіскального характеру і не створює належного клімату для збільшення інвестицій в економіку країни, а навпаки стимулює процеси що вимивають значні грошові кошти з реального сектору економіки в тіньовий.

Питома вага податків у ВВП (податкове навантаження), включаючи обов'язкові відрахування на соціальне страхування, становить від 35 до 40%, що характерно для розвинутих країн, але обтяжливо для країн з перехідною економікою. Фахівцями підраховано, що сумарні податкові вилучення, за яких можливе економічне зростання в державах, подібних до України, не повинні перевищувати 20-25% ВВП.

Доречно згадати, що і в розвинутих європейських країнах у депресійні 20-30-ті роки минулого століття податки в структурі ВВП не перевищували в середньому 16,5%, а в окремих країнах були значно меншими: в Швейцарії - 6%, Швеції - 8,5%, Норвегії - 10,9%. Таким чином держава давала можливість підприємствам створити стабілізаційний капітал, достатній для сталого розвитку [9].

Виходячи з цього ми вважаємо, що напрями розвитку інноваційної діяльності повинні розроблятися державою, мати комплексний характер, враховувати особливості впровадження інновацій на макро- та мікрорівнях і стимулювати інтереси суб'єктів інновацій, тобто фізичних чи юридичних осіб, які здійснюють інноваційну діяльність в туристичній галузі.

До інструментів податкового стимулювання інноваційної діяльності ми можемо віднести: зниження ставки податку, запровадження податкової знижки, звільнення від оподаткування прибутку, що реінвестується, податкові угоди з іншими країнами, податкові кредити тощо.

Так, наприклад, у США витрати приватних фірм на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) з 1954 р. повністю вираховувалися з оподаткованого прибутку, а з 1981 р. - 25% (пізніше - 10%) цих витрат вираховувалися безпосередньо із суми сплаченого підприємством податку.

У Великобританії для венчурних фірм ставка податку на прибуток зменшується до 25%, у той час, як для всіх інших суб'єктів підприємництва він становить 35%. Також цікавим досвідом є списання витрат на НДДКР на собівартість продукції (послуг) без обмежень.

У Німеччині державою приділяється велика увага інноваціям в малому і середньому бізнесі. Так, малим і середнім фірмам для придбання майна з метою досягнення економії витрат енергії надаються субсидії до 7,5% вартості придбаного майна, також вони отримують дотації на наукові

дослідження і розробку нових технологій для виготовлення продукції у розмірі 30% договірної суми проекту.

В Італії також поширені заохочувальні заходи, в тому числі і для малих підприємств. Так, держава надає малим і середнім підприємствам добувної і обробної промисловості субсидії на придбання і лізинг електронної обчислювальної техніки у розмірі 25% їх вартості [4].

Аналіз правового забезпечення здійснення інноваційної діяльності в Україні свідчить, що в країні створено необхідну нормативно-правову базу, у тому числі і у сфері оподаткування, для практичної реалізації науково-технологічної та інноваційної політики. Однак мають місце певні неузгодженості між Податковим кодексом України [3] та Законом України «Про інноваційну діяльність» [1], та навіть суперечливі положення. Зокрема Законом України «Про інноваційну діяльність» [1] в Розділі IV «Фінансова підтримка інноваційної діяльності» статтею 17 «Види фінансової підтримки інноваційної діяльності» передбачена така фінансова підтримка:

- ✓ повного безвідсоткового кредитування (на умовах інфляційної індексації) пріоритетних інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів бюджету Автономної Республіки Крим та коштів місцевих бюджетів;

- ✓ часткового (до 50 %) безвідсоткового кредитування (на умовах інфляційної індексації) інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів бюджету Автономної Республіки Крим та коштів місцевих бюджетів за умови залучення до фінансування проекту решти необхідних коштів виконавця проекту і (або) інших суб'єктів інноваційної діяльності;

- ✓ повної чи часткової компенсації (за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів бюджету Автономної Республіки Крим та коштів місцевих бюджетів) відсотків, сплачуваних суб'єктами інноваційної діяльності комерційним банкам та іншим фінансово-кредитним установам за кредитування інноваційних проектів;

- ✓ надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів;

- ✓ майнового страхування реалізації інноваційних проектів у страховиків відповідно до Закону України "Про страхування" [1].

Однак Податковим кодексом України [3] в розділах III-VI відсутні правові механізми стимулювання розвитку інноваційної діяльності та взагалі відсутні поняття інноваційної діяльності та механізми їх оподаткування.

За таких обставин розробка наукових засад системи державного управління інноваційною діяльністю з використанням стимулюючого ефекту податкових інструментів набуває особливої актуальності та ставить нові завдання перед науковцями і практиками.

Висновки та пропозиції. Проведене дослідження дає нам змогу стверджувати, що модель економічного зростання, яка ґрунтується на інноваційному типі розвитку, передбачає зміну самих понять науково-

технічного прогресу і економічного розвитку. З'явилися нові пріоритети: інтелектуалізація виробничої діяльності, екологічність (зелена економіка), використання ІТ тощо. Ця модель потребує нової державної інноваційної політики ефективного стимулювання інновацій, розвитку наукомістких та скорочення природно-експлуатуючих галузей. Першочергові кроки повинні відбутись в компілюванні податкового законодавства з законодавством, що регулює інноваційну діяльність, його оновленням та приведенням до сучасних вимог, створення довгострокових державних програм стимулювання та залучення інвестицій в інноваційну туристичну діяльність.

Успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження нового - не просто бажано, але і необхідно в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності - це повинно сприйматися як умова виживання.

Література:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. - №40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011р. № 3715-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
4. Андрощук Г. О., Жиляєв І. Б. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів/авт.-упоряд.: Г.О. Андрощук, І. Б. Жиляєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. - К : Парлам. вид-во, 2009. - 632 с.
5. Ілляшенко, С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посібник / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД«Університетська книга», 2003. – 278 с.
6. Ільченко О.О. Управління інноваційними витратами на основі системи обліку: таргет-костінг / О.О. Ільченко // Наук. вісн. ДАСОА. – 2009. – № 1(22) –С. 43–46.
7. Ковальчук В.М. Структурна перебудова національної економіки у контексті інноваційного розвитку: монографія / В. М. Ковальчук. – К., 2005. –240 с.
8. Корінько М.Д. Інновації у діяльності суб'єктів господарювання. – Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5 – С. 149–154.
9. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / М. І. Крупка. – Львів: Видав. центр Львівського нац. ун-ту. м. І. Франка, 2001. – 608 с.
10. Ожогіна Н. Удосконалення системи оподаткування в Україні на шляху до Євроінтеграції / Н. Ожогіна // Українська наука ХХІ століття : матеріали міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф., Київ, 15-17 черв. 2007 р. -

Режим доступу :<http://intkonf.org/ozhogina-n-udoskonalennya-sistemi-opodatkuvannya-v-ukrayini-nashlyahu-do-evrointegratsiyi/>.

11. Чернікова В.І. Особливості інновацій у туризмі/ В.І Чернікова.- Вісник ДІТБ. - 2012. - №16. - С.89-94.
12. Bochan I.O. Theoretical and practical significance of civilization development of economy. Stages of crisis/Economics, management, law:socio-economic aspects of development// Roma, Italy, 29. 01/ 2016/- P. 101-105.
13. Doing Business 2017 - Equal Opportunity for All - World Bank Group. - <http://russian.doingbusiness.org/rankings>.

Moroz V.P., Skasko O.I.

TAX STIMULATION TO DEVELOPMENT INNOVATION OF ENTERPRISES OF TOURISM

One of the preconditions for economic growth in Ukraine is to promote innovation enterprises of the tourism industry. However, any recovery is not happening because of the uncertainty of the economic mechanism of innovative business processes of the tourism industry, unsystematic application process, comprehensive consumption. So far there is no clear idea of incentives for the development of innovation, not formed and not systematized methodical approaches and tools for study and analysis of these incentives.

It is important to understand the social significance of innovation in all sectors of economy of Ukraine. Innovation in tourism Ukraine is the economic activity that has a positive impact on economic growth and employment in the country because it has a big impact on such key economic sectors as transport services, hotels and restaurants, trade, construction, production of consumer goods and many others .

Key words: *taxes, tax system, investment, tax code, innovation, innovation in tourism, tourism product, tourist resources.*

*Москвяк Ярослава Євгенівна,
к.е.н., старший викладач кафедри теорії і практики туризму,
Львівський інститут економіки і туризму.*

НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ТУРИЗМУ

У статті досліджується аналіз існуючих наукових підходів до управління туристичними підприємствами, які розроблялись вченими протягом останніх років. Також розглядаються різні рівні управління та напрямки розвитку туристичних підприємств і систем управління ними. Особлива увага приділяється проблемам інновацій та використанню інформаційних технологій. Актуальність зберігають проблеми стратегічного управління у контексті співпраці підприємств на міжнародному рівні у контексті інтеграційних процесів, а також на рівні місцевих ринків, що обумовлює потребу формування туристичних кластерів.

Ключові слова: управління підприємствами, туристичні підприємства, маркетинг туристичних підприємств, інновації, інформаційні технології у туризмі.

Постановка проблеми. Ефективне управління підприємствами це запорука сталого зростання економіки України, досягнення ключових показників соціально-економічних програм, перспективи повноцінного членства нашої держави у Європейському союзі. Туристичні підприємства є важливим рушієм структурної перебудови економіки, підвищення якості життя населення шляхом забезпечення якісними туристично-рекреаційними послугами. У зв'язку з надзвичайною актуальністю проблеми управління туристичними підприємствами відбувається постійне нарощування масиву знань у цій сфері. Водночас, зберігає актуальність і наукове завдання аналізу та оцінки існуючих підходів до управління підприємствами туристичної галузі і відбору тих з них, що найкраще відповідають вимогам сьогодення.

Аналіз досліджень і публікацій. Управлінням туристичних підприємств присвячено достатньо багато досліджень. Над проблематикою управління туристичними підприємствами замислювались такі вчені, як О. А. Поліщук, Л. І. Гонтаржевська, М. Г. Рега, Л. А. Дяченко, І. М. Білецька, О. М. Загорулькіна, К. А. Панасюк, І. В. Димиденко, М. Г. Бойко, Л. М. Шульгіна, О. М. Бобарикіна, В. В. Шукліна, Т. С. Кукліна, С. В. Мельниченко, В. Є. Шимкова, А. В. Мартовой, Р. Б. Кожухівська, В. Ф. Данильчук, С. Г. Нездоймінов, Т. А. Пінчук. В працях вчених розглянуто ті чи інші компоненти системи управління туристичним підприємством, напрямки її розвитку тощо, утім не окреслено комплексного підходу до формування

наукових уявлень про комплексні напрямки розвитку менеджменту підприємств туристичної індустрії, чому і присвячується дана стаття.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування комплексу наукових підходів щодо управління підприємством туристичної сфери. *Об'єкт* дослідження – процес управління туристичними підприємствами. *Предмет* – сучасні наукові підходи до управління туристичними підприємствами.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи особливості управління туристичними підприємствами простежується низка векторів, які умовно можливо розділити за рівнями впливу суб'єктів – від держави до споживачів туристичних послуг. Отже розглянемо докладніше існуючі підходи до трактування різних напрямків управління туристичними підприємствами.

Важливим напрямком дослідження на рівні держави є пошук шляхів виведення туристичного бізнесу з тіні. Зокрема, О. А. Поліщук робив акцент на важливості детінізації туристичного бізнесу. У його праці обґрунтовано сутнісні взаємозв'язки процесів тінізації економіки та нарощування частки тіньових процесів у туризмі; запропоновано нові стратегічні важелі і розроблено низку моделей взаємодії держави і туристичних підприємств щодо детінізації тіньових капіталів [1]. Проблеми інтеграційного характеру досліджувала Гонтаржевська Л. І., котра розкрила проблему включення вітчизняних підприємств у світову туристичну мережу, обґрунтувала конкурентні переваги у межах міжнародного регіону, запропонувала кластерну модель організації туристичної діяльності [2].

В публікаціях М. Г. Реги. узагальнено принципи, методи й організаційні форми управління підприємствами туристичної сфери в Україні, обґрунтовано кластерно-корпоративну систему модель антикризового управління. Закладено у роботі основи вирішення проблеми підвищення ефективності співпраці підприємств туристичної сфери у кризовий період на основі реалізації потенціалу кластерної форми, що базується на використанні синергетично-інноваційного ефекту [3]. З позицій системного підходу управління туристичними підприємствами дослідила Л. А. Дяченко. Центральною проблемою, на думку науковця, слід вважати ефективне функціонування підсистеми управління якістю, що дасть змогу оптимізувати інформаційні потоки та уникати пов'язаних з ними втрат. У розробці практичних заходів покращення управління підприємствами туристичної сфери Л. А. Дяченко теж скористалась системним підходом та взяла до уваги інтереси усіх учасників туристичного ринку. При формуванні теоретико-аналітичної функціональної моделі системи якості обслуговування науковець зосередилась передовсім на іноземних споживачах [4].

В науковій праці І. М. Білецька відзначає аналітичний підхід до проблеми стратегічного управління у залежності від форм і видів туризму, типів туристичної діяльності. На основі цього підходу науковцем запропоновано оптимізувати вибір стратегічних пріоритетів і напрямків розвитку. Також у праці знаходимо вагому розробку – економічну модель

стратегічного управління, використання якої сприяє підвищенню ефективності управління туристичними підприємствами та полегшує адаптацію до змін навколишнього середовища [5].

Також варто відзначити працю О.М.Загорулькіна, котрий досліджував теоретичні та прикладні проблеми формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємств в індустрії туризму в трансформаційній економіці. У проведених дослідженнях науковець розробив моделі і методики вибору і оцінки середньострокової інноваційної та маркетингової стратегії, запропонував маркетингову стратегію регіонального рівня, концепцію регіонального управління інноваційним розвитком туристичних підприємств [6].

Особливості сталого розвитку малих туристичних підприємств дослідила К. А. Панасюк. Проаналізовано складові сталого розвитку та розкрито засоби управління за ними, побудовано інтегральний прогноз життєвого циклу малих туристичних підприємств з урахуванням внутрішнього потенціалу та зовнішнього інформаційного поля й, відтак, запропоновано удосконалення до механізму управління малими підприємствами з забезпеченням їх сталого розвитку [7]. Методичні та прикладні проблеми управління розвитком підприємств туристичного бізнесу дослідила Димиденко І. В. Науковцем систематизовано чинники розвитку туристичних підприємств, запропоновано концептуальну модель управління цим процесом, удосконалено модель рентабельності реалізації туристичних послуг та розроблено модель масового обслуговування, за допомогою якої уможливорюється визначення оптимальної кількості персоналу, регулювання потоку туристів та скорочення очікування надання послуг [8].

Оригінальний ціннісно-орієнтований підхід до управління туристичними підприємствами запропонувала Бойко М. Г. У її праці запропоновано новий погляд на концепції управління підприємствами туристичної індустрії у контексті процесів глобалізації, зокрема визначено мету, напрями реалізації, завдання, систему принципів ціннісно орієнтованого управління. На основі проведеного дослідження розроблено портфель методик, які змістовно конкретизують спрямованість системи управління туристичними підприємствами за вектором ціннісно орієнтованого управління. Визначено напрями формування перспективних технологій й обґрунтовано передумови підвищення цільової ефективності ціннісно орієнтованого управління туристичними підприємствами [9].

Особливості організації надання послуг з позицій співпраці підприємств туристичної галузі розглядала Л. М. Шульгіна. Науковець обґрунтовує мотивацію до створення туристичного продукту більш високої цінності. На основі запропонованої концепції Л. М. Шульгіною було розроблено методичні рекомендації щодо організації маркетингу співпраці, що має розпочинатись з комплексних маркетингових досліджень та у результаті призводити до розробки і поширення конкурентоспроможного

туристичного продукту на основі мультиатрибутивної моделі, пов'язаної з чинниками об'єктивної та суб'єктивної якості [10]. Методичні аспекти маркетингових досліджень у сфері туризму досліджені О. М. Бобарикіною. У її праці запропоновано нові підходи до комплексного аналізу діяльності туристичних підприємств, запропоновано методику експертної оцінки туристичного продукту, простежено зв'язки впливу діяльності туристичних підприємств на ділову активність регіону [11]. Продовження розробки концепції маркетингу співпраці у туристичному бізнесі знаходимо у праці В. В. Шукліної, котра досліджувала партнерські відносини у забезпеченні розвитку туристичних підприємств. У межах проведеного дослідження науковцем розроблено принципи формування партнерських відносин, визначено умови їх успішного функціонування, запропоновано методику рейтингового оцінювання сторін [12]. Ключовий результат дослідження Т. С. Кукліної описує рекомендації щодо управління взаємовідносинами з партнерами на стратегічному рівні через управління стратегіями реалізації. Її дослідження відзначається комплексністю формування наукових поглядів на роль маркетингу у розвитку туристичного підприємства, у цьому контексті заслуговує на увагу визначення конкурентної позиції підприємств на підставі впливу маркетингової складової та елементів комплексу маркетингу [13].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальшого розвитку у даному напрямку.

1. На стратегічному рівні підприємства залишається актуальним питання не лише визначення оптимальної мети та завдань, але і стратегічних пріоритетів і напрямків розвитку, що відповідає вимогам динамічного ринку туристичних послуг. У цьому контексті комплексного підходу вимагає розробка стратегій інноваційної і маркетингової діяльності.

2. На рівні ринку туристичних послуг вагомим є напрямок розробки ефективної методики співпраці підприємств, держави, споживачів туристичних послуг у контексті побудови систем антикризового управління та управління якістю.

3. У відповідності до європейських тенденцій посилення ролі в економіці малих та середніх підприємств, виокремлюється напрямок теоретико-методологічного забезпечення управління процесами розвитку у залежності від розмірів туристичного підприємства.

4. Крім традиційних маркетингових підходів до управління діяльністю туристичних підприємств спостерігаємо і появу нових, таких, що перегукуються з інноваційними підходами, поширених у країнах з розвиненою економікою. Серед цих підходів особливо виділяється ціннісно-орієнтований, котрий має великий потенціал для підвищення соціальної відповідальності туристичного бізнесу.

5. Розробка підходів до управління підприємствами туристичної сфери є важливим та актуальним науковим завданням, що потребує розв'язання у зв'язку зі стратегічними орієнтирами структурної перебудови в економіці,

забезпечення сталого розвитку, подолання тіньової складової національної економіки, міжнародної інтеграції туристичних підприємств.

6. Прогрес у сфері розвитку інформаційних технологій сприяє посиленню їх інтеграції у системи управління підприємствами туристичної індустрії. Крім традиційних уявлень щодо автоматизації та модифікації системи управління, застосування інформаційних технологій у маркетингу, при розробці комунікаційних стратегій, спостерігаємо і появу нових базових концепцій, наприклад, створення та діяльність «віртуальних туристичних фірм».

Література.

1. Поліщук О.А. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.03 / О.А. Поліщук ; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2009. — 20 с. — укр.

2. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.05.01 / Л.І. Гонтаржевська ; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. — К., 2006. — 19 с. — укр.

3. Рега М.Г. Управління підприємствами туристичної сфери в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / М.Г. Рега ; Європ. ун-т. — К., 2010. — 19 с. — укр.

4. Дяченко Л. А. Управління підприємствами туристичної сфери: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л. А. Дяченко ; Приват. ВНЗ "Європ. ун-т". — К., 2011. — 20 с.: рис., табл. — укр.

5. Білецька І.М. Формування економічної моделі стратегічного управління туристичним підприємством: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.М. Білецька ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2009. — 20 с. — укр.

6. Загорулькін О.М. Формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / О.М. Загорулькін ; Полтав. ун-т спожив. кооп. України. — Полтава, 2007. — 20 с. — укр.

7. Панасюк К. А. Управління розвитком малого підприємства сфери туризму: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. А. Панасюк ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк, 2011. — 19 с. — укр.

8. Димеденко І.В. Управління розвитком підприємств туристичного бізнесу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.В. Димеденко ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк, 2007. — 18 с. — укр.

9. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія / М. Г. Бойко.— К.: Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2010.— 524 с.

10. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичної галузі: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Л.М. Шульгіна ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2006. — 36 с. — укр.
11. Бобарикіна О.М. Організація маркетингових досліджень туристичного продукту: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / О.М. Бобарикіна ; Приват. вищ. навч. закл. "Крим. ін-т економіки та госп. права". — Сімф., 2006. — 20 с. — укр.
12. Шукліна В. В. Партнерські відносини в забезпеченні розвитку туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. В. Шукліна ; Херсон. нац. техн. ун-т. — Херсон, 2011. — 20 с. — укр.
13. Шимкова В.Є. Механізми формування туристських потоків на засадах логістики: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / В.Є. Шимкова ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк, 2009. — 20 с. — укр.
14. Мартовой А.В. Підвищення обсягів продажу послуг на підприємствах туризму на основі інтернет-маркетингу: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / А.В. Мартовой ; Таврій. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2006. — 20 с. — укр.
15. Кожухівська Р. Б. Застосування інтернету як засобу інформаційних технологій у структурі комунікаційної моделі туристичної галузі / Р. Б. Кожухівська // Економіка та держава. - 2012. - № 4. - С. 61-63.

Moskviak Y. Y.

SCIENTIFIC APPROACHES TO MANAGEMENT OF TOURISM ENTERPRISES

The paper presents an analysis of existing scientific approaches to management of tourism enterprises that developed by domestic scientists in recent years. Author considered the different levels of management and outlines current trends of tourism enterprises and management systems development. Found that special attention is paid to innovation and the use of information technology. At the same time, maintain the relevance of strategic management issues in the context of cooperation between enterprises on the international level in the context of integration processes as well as in local markets, than causes the need for formation of tourist cluster.

Keywords: *enterprise management, tourism enterprises, tourism enterprises marketing, innovations, information technologies in tourism.*

*Новикова Валерія Іванівна
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, к. геогр. н., доц.;
Івко Олексій Сергійович
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, студ.*

РОЗВИТОК СПОРТИВНОГО СПЕЛЕОТУРИЗМУ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Визначено спелеологічним такий вид туризму, який передбачає використання у своїй діяльності печер, передусім із спортивно-оздоровчою метою. Проаналізовані морфометричні характеристики печер Поділля та їхні категорії трудності. Визначена кількість класифікованих спелеологічних маршрутів категорізованими печерами Тернопільської області. Здійснено порівняння пропозицій спелеотурів від українських турпідприємств по печерах Тернопільщини. Наводяться рекомендації щодо пришвидшення й оптимізації розвитку в Україні, зокрема в Тернопільській області, спортивно-оздоровчого, у тому числі спелеологічного, туризму.

Ключові слова: *спелеологічний туризм, категорія складності спелеологічного турпоходу, категорія трудності печери, класифіковані печери Поділля, класифіковані спелеологічні маршрути Тернопільщиною.*

Спелеологічним вважають такий вид туризму, який передбачає використання у своїй діяльності підземних порожнин, передусім природного походження – печер. Залучення печер до рекреаційної діяльності може відбуватися у таких напрямках:

- 1) з пізнавальною метою – екскурсії у печерах, які мають хорошу транспортну доступність, просторі вхід і внутрішні приміщення, спеціально облаштовані для екскурсійного показу: прокладені стежки, протягнута огорожа поблизу небезпечних або природоохоронних місць, проведене світло, іноді встановлені скульптурні групи казкових персонажів, богів, тварин, первісних людей, сценки історичних або легендарних подій;
- 2) з лікувально-оздоровчою метою – спелеотерапія, тобто реабілітація та лікування органів дихання з використанням мікроклімату підземних соляних шахт і карстових печер;
- 3) з науково-дослідницькою метою – спелеологія, тобто наукове вивчення печер або створення плану підземних ходів; екстремальний спелеотуризм – проходження або першопроходження технічно складних печер, які вимагають для їх подолання спеціального спорядження й устаткування, професійної спелеологічної підготовки, у тому числі нерідко необхідні навички пішого туризму, скелелазіння, пірнання з аквалангом тощо;
- 4) із спортивно-оздоровчою метою – спортивний спелеотуризм, тобто відвідування необладнаних, але в тій чи іншій мірі вивчених та, як правило, безпечних печер у супроводі досвідчених інструкторів.

Саме останній, четвертий (спортивно-оздоровчий) напрям використання печер у рекреаційній діяльності детальніше розглядатиметься у статті як вид активного туризму, що полягає у проходженні маршруту по підземних порожнинах, передусім – печерах.

За походженням природні печери поділяють на тектонічні, ерозійні, льодові, вулканічні, карстові; за віком – на активні, реліктові та викопні. За направленістю вони бувають горизонтальні, вертикальні, нахилені та складні (в тому числі багатоповерхові); за глибиною – колодязі (до 20 м), шахти (від 20 до 300 м), провалля (більше 300 м); за мікрокліматом – статичні й динамічні, теплі та холодні; за наявністю води – сухі та обводнені. Розрізняються печери за глибиною (різниця висот між входом і найнижчою точкою печери) та довжиною, площею та обсягом печерних залів [2, 9, 10].

Велетенські лабіринтові печерні системи Подільського Придністров'я є найбільшими у світі печерами сульфатного карсту (табл. 1). Вони оригінальні за будовою і дуже різняться за своєю морфологією. Придністровські печери відзначаються стабільністю теплового режиму та умов зволоження як протягом доби, так і протягом року. Температура повітря тут цілорічно тримається близько +10°C, а відносна вологість – 80–100%.

Таблиця 1

Гіпсові лабіринтові печери Поділля (за матеріалами [9])

Назва печери	Морфометричні характеристики печер			
	довжина, м	амплітуда, м	площа, тис. м ²	об'єм, тис. м ³
Оптимістична	207000	18	240	495
Озерна	114000	18	330	665
Млинки	27000	12	47	80
Кришталева	22000	12	38	110
Славка	9100	15	19	34
Вертеба	8000	10	23	47
Атлантида	2525	19	4,5	11,4
Угринь	2120	10	4	8
Ювілейна	1500	20	2	3,5
Олексинська	1244	10	1,7	2,6
Джуринська	1135	15	1,6	2,7

Печери Поділля (історико-географічної області України, що охоплює територію сучасних Вінницької, Хмельницької (без північної смуги), Тернопільської (південь), північні райони Одеської областей) представляють собою нескінченні підземні лабіринти. Із зареєстрованих 1876 печер України (станом на 01.09.2016) [1] саме тут у неогенових гіпсах розташовані найдовша в світі гіпсова печера, найдовша печера Євразії, третя за довжиною серед печер світу Оптимістична (232 км), гігантський лабіринт Озерної (близько 128 км), спортивна печера Млинки, печера-музей Кришталева та ін. З печер з прямовисними схилами тут відома лише печера Перлінка (глибиною 30 м, довжиною 200 м).

Залежно від технічної складності, кількості природних перешкод, протяжності, тривалості спортивні туристські походи поділяються на некатегорійні (1–3-денні походи (походи вихідного дня) та походи 1, 2, 3 ступенів складності (ст. с.)) та категорійні (з I до VI категорії складності (к. с.)) (табл. 2).

Таблиця 2

Основні нормативи спортивних туристських походів [4]

Вид туризму та характеристика походів	Категорійні походи						Некатегорійні походи			
	I к. с.	II к. с.	III к. с.	IV к. с.	V к. с.	VI к. с.	1–3-денні	1 ст. с.	2 ст. с.	3 ст. с.
Тривалість походів, дні	6	8	10	13	16	20	1–3	3–4	4–6	6–8
Протяжність, км										
пішохідних	130	160	190	220	250	300	до 30	30	50	75
лижних	130	160	200	250	300	300	до 30	30	50	75
гірських	100	120	140	150	160	160	до 25	25	50	60
водних (на гребних суднах)	150	175	200	225	250	250	до 25	25	40	60
велосипедних	250–300	400–500	600–700	750–800	900–1000	–	до 50	50	80	120
спелеологічних (кількість печер)	5	4–5	1–2	1–2	1	–	до 3	3–4	2–3	1

Із таблиці 2 видно, що категорія складності спелеологічного турпоходу визначається його тривалістю та не протяжністю (як у всіх інших видах спортивного туризму), а кількістю пройдених печер. Якщо некатегорійні спелеопоходи бувають всіх існуючих видів (1–3-денні та 1, 2, 3 ступенів складності), то категорійні – тільки з I по V категорію складності.

Маршрут спелеоподорожі зазвичай складається з двох частин – надземної і підземної. Складність і умови проходження першої частини (пішки, на лижах, на човні або яким-небудь іншим способом), а також його тривалість, залежать від місця розташування печери, її віддаленості від населених пунктів, складності підходів, пори року та ін. Друга частина характеризується категорією складності походу, яка визначається, головним чином, рельєфом, протяжністю печер і кліматичними умовами в них [4].

У спелеотуризмі при визначенні категорії складності спортивного турпоходу важлива не тільки кількість пройдених печер, але і категорії трудності цих печер: від 1 (найпростіша) до 5Б (найскладніша) (табл. 3).

Таблиця 3

Категоріювання спелеотуризму [4]

Категорія складності походу	Кількість категорійних печер (не менше)									
	загалом	із категорією труднощі								
		1	2А	2Б	3А	3Б	4А	4Б	5А	5Б
I	5	3–4	1–2							
II	4–5		2–3	1–2						
III	1–2				2 або 1					
IV	1–2						2 або 1			
V	1								1	

Спортивна класифікація печер показує ступінь їхньої труднощі для проходження (складність конфігурації, кількість і види природних перешкод, потреба у спеціальному спорядженні та ін.) і відповідно необхідний рівень спеціальної (фізичної, технічної, наукової, психологічної) підготовки спелеотуристів. У межах категорії труднощі, позначених однією цифрою (наприклад, 2А і 2Б), печери відрізняються в основному кількісними характеристиками [2] (табл. 4).

Таблиця 4

Спортивна класифікація печер [2]

Групи печер	Категорія труднощі	Критерії визначення			Категорія спелеотуристів
		Вид перешкод	Час проходження	Загальна глибина, м	
прості (нескладні)	1	печери, для проходження яких потрібна мінімальна (2–8) кількість допоміжних засобів; глибина колодязів не більше 40 м; колодязі сухі і прості для проходження; в горизонтальних: вузькості, ділянки складного скелелазіння або обводнені ділянки	2–8 год.	20–100	початківці
ускладнені	2А	вертикальні: колодязі можуть бути обводнені, але без сильних водотоків; горизонтальні: можуть мати відкриті сторони	3–8 год.	40–180	середнього рівня підготовки
	2Б	те ж саме, але кількість перешкод більша	6–16 год.	150–300	
середньої складності	3А	вертикальні колодязі – можуть бути сильно обводненими; горизонтальні – можуть бути невеликі сифони, які потребують застосування аквалангів	12–48 год.	180–360	середнього рівня підготовки
	3Б	те ж саме, але кількість перешкод більша	2–5 дн.	320–550	
складні	4А	частіше вертикального або комбінованого типу; потрібно встановлення проміжного пункту харчування і відпочинку на маршруті або в підземному таборі; можуть бути ділянки складного лазіння, в т. ч. із застосуванням штурмових драбинок, шестів та ін.	4–8 дн.	420–550	найвищого рівня підготовки

	4Б	те ж саме, але кількість перешкод більша	7–14 дн.	500–800	
	5А	багато різноманітних перешкод; для проходження потрібно встановити підземний табір	12–18 дн.	800–1200	
	5Б	необхідно встановити декілька підземних таборів	більше 18 дн.	понад 1100	

Найбільш цікаві із спортивної точки зору природні порожнини увійшли до Переліку класифікованих печер України [7], який встановлює категорії трудності печер і використовується для визначення категорій складності спелеологічних походів. В Україні загалом класифіковано 157 печер за категоріями трудності від 1 (прості) до 4Б (складні). На Поділлі до цього Переліку [7] увійшло тільки 11 печер, всі вони – горизонтальні (табл. 5).

Таблиця 5

Спортивно-спелеотуристське категоризування
печер Поділля (за матеріалами [7])

Назва печери	Протяжність, м	Глибина, м	Категорія трудності печери					Тип печери
			1	2А	2Б	3А	3Б	
Атлантида	2525	19	×					горизонтальна
Вертеба	7820	10	×	×				горизонтальна
Комсомольська	1244	10	×					горизонтальна
Кришталева	22000	10	×	×				горизонтальна
Млинки	19100	10	×	×				горизонтальна
Озерна	107000	20			×	×	×	горизонтальна
Оптимістична	157000	20			×			горизонтальна
Перлінка	200	30	×					горизонтальна
Тимкова Скеля	1430	10	×					горизонтальна
Угринь	2120	10	×	×				горизонтальна
Ювілейна	1500	20	×					горизонтальна

Примітка: × – приналежність печери до категорії трудності

Із таблиці 5 видно, що п'ять печер мають категорію трудності 1, чотири – категорії трудності 1–2А, одна (Оптимістична) – категорію трудності 2Б, одна (Озерна) – категорії трудності 2Б–3Б.

На території Поділля як пам'ятки природи охороняються державою 20 найбільш цінних печер, 7 з них – Озерна, Оптимістична, Кришталева, Більчанська, Млинки, Ювілейна і Перлина – оголошені пам'ятками природи загальнодержавного значення. На відміну від гіпсових печер інших регіонів, ці печери Поділля характеризуються багатством і різноманітністю мінеральних утворень: кристалів (прозорих чи білих, рідше жовтих та рожевих), що покривають стіни печер, а також кальцитових каскадних натьоків, драпіровок, і, звичайно ж, сталактитів.

На теренах України виділяються чотири основні райони проведення спелеопоходів: Поділля, Буковина, Причорномор'я та Крим. У перших трьох районах переважають печери горизонтального типу 1–2Б категорії трудности, а у Криму – вертикальні печери 1–2Б категорії трудности, а також є кілька комбінованих печер 3А–4Б категорій трудности, що дає можливість здійснювати в Україні спелеологічні походи від I до IV категорії складності. В одній печері, як правило, прокладають кілька маршрутів різної категорії складності. Проходження певного набору таких маршрутів згідно з нормативами туристських спортивних походів є підставою для зарахування спелеологічного походу відповідної складності.

У Переліку класифікованих маршрутів спелеологічних походів [8], що наводиться за основними спелеотуристськими районами, у районі Поділля та Буковина всі перераховані печери, крім однієї (Попелюшка), знаходяться на території Тернопільської обл. (табл. 6).

Таблиця 6

Кількість класифікованих спелеологічних маршрутів категоризованими печерами Тернопільської області (за матеріалами [8])

Назва печери	Кількість маршрутів за категорією трудності печери					Примітки
	1	2А	2Б	3А	3Б	
І категорія складності походу						
Вертеба	3	2				
Млинки	3	2				
Кришталева	3	2				
Ювілейна	1					
Перлінка	1					
Угринь	2	1				
ІІ категорія складності походу						
Оптимістична		2	2			
ІІІ категорія складності походу						
Озерна					1	при високому рівні вод

Із таблиці 6 видно, що у печерах Тернопільської обл. найбільше класифікованих спелеологічних маршрутів розроблено за I категорією складності походу: тринадцять по печерах категорії трудности 1, сім – категорії трудности 2А. Найменше спелеопоходів (один) III категорії складності, який можна провести в єдиній печері – Озерна. Для здійснення походу II категорії складності в Україні придатна теж тільки одна печера – Оптимістична, хоча в ній розмічено чотири класифікованих спелеологічних маршрути. Походи ж IV категорії складності на Поділлі немає можливості проводити.

Незважаючи на те, що у Тернопільській області знаходиться чимало категоризованих спортивних печер, в яких розроблено 25 класифікованих спелеологічних маршрутів, тільки поодинокі турпідприємства Тернопільщини (всі вони розташовані у м. Тернопіль) використовують їх у

своїй діяльності та ще кілька турфірм із Львова та Рівного. Так виглядає узагальнення всіх пропозицій від вітчизняних турпідприємств, які займаються спелеотуризмом у досліджуваному регіоні (табл. 7).

Таблиця 7

Порівняння пропозицій спелеотурів від українських турпідприємств по печерах Тернопільщини (за матеріалами [6] та ін.)

Туристське підприємство	Місце розташування	Кількість турів	Середня тривалість турів, дні	Середня вартість, грн.
Туристична агенція «Окрайна»	м. Тернопіль	4	1–2	345–1070
Туроператор «Відвідай»	м. Львів	3	1–2	295–645
Туроператор «Турклуб Тернопіль»	м. Тернопіль	12	1–5	350–2125
Туристичне агентство «Орлан»	м. Тернопіль	3	1–4	не вказана
Туроператор «Оksamит-КЛ»	м. Тернопіль	5	2–3	1190
Туроператор «Всесвіт»	м. Львів	2	1	350–400
Туристичне агентство «Хоч куди»	м. Рівне	4	1–2	385–690
UA.IGotoWorld.com		7	1–3	295–2000

Із таблиці 7 видно, що найбільше подорожей організовують саме тернопільські підприємства. Тури мають однакову тривалість, їх цінова категорія є також подібною, навіть не зважаючи на той факт, що туроператори розташовані у різних областях.

Одним із перспективних видів спортивно-спелеологічних турпродуктів є тури для туристів-спортсменів із використанням походів різної категорії складності. Тема спортивно-оздоровчого туризму в Україні досліджена дуже мало і фактично відсутні чіткі статистичні дані щодо розвитку цього виду туризму та перспективності окремих його галузей, зокрема спелеологічної. Для пришвидшення й оптимізації цього процесу рекомендовано [3]:

- 1) оптимізувати структуру та режим функціонування туристських спортивно-оздоровчих комплексів у регіонах. Для забезпечення цього напряму роботи потрібно вирішити такі завдання:
 - продовжити роботу щодо роздержавлення підприємств туристської сфери, сприяння діяльності підприємств середнього та малого бізнесу;
 - проведення аналізу економічної діяльності туристських підприємств, що надають послуги із спортивно-оздоровчого туризму;
 - посилення державного контролю за дотриманням туристськими підприємствами усіх вимог та норм при організації спортивно-оздоровчого туру; головним залишається питання безпеки;
- 2) розвиток матеріально-технічної бази спортивно-оздоровчого туризму в регіонах, що передбачає:

- модернізацію та доведення до рівня світових стандартів матеріально-технічної бази індустрії спортивно-оздоровчого туризму;
 - залучення іноземних та вітчизняних кредиторів для розвитку матеріально-технічної бази;
 - впровадження інновацій (в матеріальних та нематеріальних ресурсах) та новітніх технологій; електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристських фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспорті у режимі реального часу «on-line»;
- 3) перехід до застосування міжнародних стандартів в організації спортивно-оздоровчого туризму та просуванні готового туру на туристському ринку;
 - 4) удосконалення з боку державного регулювання, тобто вдосконалення нормативно-правової бази;
 - 5) здійснення аналізу діяльності суб'єктів туристської спортивно-оздоровчої діяльності та розроблення за їх його результатами заходів щодо підвищення ефективності їх роботи на ринку туристських послуг. Для цього необхідно:
 - розробити автоматизовану інформаційну систему регіональної статистики і моніторингу діяльності туристських підприємств, що надають спортивно-оздоровчі послуги;
 - забезпечення підвищення якості надання спортивно-оздоровчих послуг суб'єктами туристської діяльності шляхом проведення обов'язкової сертифікації їх послуг відповідно до міждержавних стандартів;
 - 6) формування висококваліфікованого кадрового корпусу в туристській спортивно-оздоровчій сфері та створення системи безперервної та послідовної туристської освіти;
 - 7) підвищення рівня поінформованості громадян про цей вид відпочинку.

Реалізація усіх цих заходів сприятиме не лише розвитку спортивно-оздоровчого напряму туристського бізнесу (зокрема спелеотуристської складової), а й усьому розвитку регіонів України.

Джерела

1. Алфавітний покажчик українських назв печер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://speleo.land.kiev.ua/list-caves.html>.
2. Байтеряков О.З. Теоретичні питання вивчення ресурсної бази регіональних спелеотуристичних систем / О.З. Байтеряков // Туристично-краєзнавчі дослідження. – 1999. – Вип. 2. – С. 82–98.
3. Биркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів в Україні / В.І. Биркович // Статистика України. – 2006. – № 3 – С. 83–86.
4. Дублянський В.Н. Спелеотуризм / В.Н. Дублянський. – К. : Здоров'є, 1973. – 205 с.

5. Івко О.С. Спелеотуризм: поняття, види, розвиток в Україні / О.С. Івко, В.І. Новикова // Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра : матер. III Міжнар. наук.-практ. конф. (12–13 жовтня 2016 р., м. Черкаси). – Черкаси : О.М. Третяков, 2016. – С. 197–200.
6. Офіційний сайт обласного спортивно-туристського клубу м. Тернопіль [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ternopil@tourclub.com.ua.
7. Перелік класифікованих печер України : затверджено Постановою Президії Федерації спортивного туризму України від 08.12.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://litceymos.ru/itbeitec/%D0%9E%D1%84%D1%96%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BEc/part-9.html>.
8. Перелік класифікованих туристських спортивних маршрутів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://krokus.org.ua/material/perelik_marshrutiv.html.
9. Петранівський В.Л. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. / В.Л. Петранівський, М.Й. Рутинський; за ред. Ф.Д. Заставного. – К. : Знання, 2006. – 575 с.
10. Печера // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B0>.

Novykova V.I., Ivko O.S.

THE DEVELOPMENT OF THE SPORTS OF CAVING IN TERNOPIL REGION

Speleological defined this kind of tourism, which involves the use of activities in their caves, especially with a fitness goal. Analyzed the morphological characteristics of the caves of Podolia and their grade of difficulty. A certain amount of classified speleological routes categories movie caves in Ternopil region. Carried out a comparison of the proposals from the Ukrainian speleotours turpis the caves of Ternopil region. Provides recommendations on accelerating and optimizing development in Ukraine, in particular, in Ternopil region, sports and recreation, including speleological tourism.

Keywords: *speleological tourism, the complexity of the speleological camping trip, the category of difficulty of the cave, classified caves of Podillia, classified speleological routes in Ternopil region.*

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТА ЕТНІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

На основі державної стратегії розвитку регіонів сформована модель розвитку екологічного та етнічного туризму у Львівській області.

Ключові слова: екологічний туризм, етнічний туризм, підсистема, стратегія розвитку, регіон, модель розвитку екологічного туризму

Актуальність дослідження. Державна політика у сфері туризму в Україні направлена на формування ефективної та конкурентоздатної туристичної галузі, що розвивається на засадах сталого туризму. В цьому контексті екологічний та етнічний туризм покликані задовільняти нагальні потреби екологізації життя людини та зближення її з природою. Розвиток екологічного та етнічного туризму для багатьох країн є важливою складовою не тільки наповнення бюджету, але й засобом виховання ставлення до природи, формування усвідомленого природокористування, джерелом фінансування розвитку природних парків, історико-етнографічних та заповідних територій.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток туризму вимагає розглядати основні напрямки державної, національної і регіональної політики в органічній єдності, для забезпечення стійкого економічного зростання і відновлення економічної і політичної ваги країни в світовому господарстві. Роль регіонів посилюється, оскільки функції регулювання економіки туристично-рекреаційного комплексу і підвищення його ефективності переходять від рівня держави до регіону

Розглядаючи екологічний та етнічний туризм як складний комплекс природо-етнографічних та суспільно-економічних відносин потрібно розуміти, що модель розвитку цього туризму потребує системної роботи і координації зусиль загальнодержавних, обласних та місцевих органів влади та громад, туристичних підприємств та природогосподарських і природоохоронних організацій, історико-архітектурних комплексів, громадських організацій та освітніх закладів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку екологічного туризму висвітлюються в працях сучасних вітчизняних та зарубіжних учених. Розвиток екотуризму особливо стає актуальним в умовах концепції сталого розвитку, тому систематичні дослідження науковців екологічного туризму з'явилися лише останніми роками. Найбільш вагомими дослідження розвитку екологічного туризму висвітлені в працях таких науковців як О.Ю. Дмитрук, В.І. Гетьман, В.В. Куценко, Я.О. Мариняк Т.І. Ткаченко, М.В. Севрюкова, В.В. Смаль, В.П. Кекушев, В.П.Сергєєв ,

В.Б.Степаницький В.Б. , В.В.Храбовченко О. Ю. Дмитрук розглядає теоретичні , методологічні та практичні аспекти формування, функціонування та розвитку екологічного туризму як цілісної системи урбокомпенсаційного природокористування. В.В. Смаль досліджує світовий досвід розвитку екологічного туризму, обґрунтовує економічну і соціальну доцільність впровадження екотуристичних технологій для розвитку туристичної індустрії, збереження довкілля та підвищення екологічної культури учасників рекреаційно-туристичних подорожей . В.І. Гетьман висвітлює основні проблеми екотуризму в заповідних територіях. Вагомим внеском у розвиток екологічного туризму на Буковині є монографічна праця М.В. Севрюкової. Дослідження етнічного туризму в першу чергу пов'язані з необхідністю його виокремлення серед інших видів туризму . Класифікація видів туризму за метою завжди змінювалася й до сьогодні доповнюється найрізноманітнішими формами проведення вільного часу. До дослідження даного питання долучилися такі сучасні вчені, як: А.Ю. Александрова, В.В.Худо, В.І.Цибух, А.А.Самойленко, М.П.Мальська, М.Й.Рутинський, Н.М.Паньків, М.П.Крачило та інші. Деякі дослідники виокремлюють етнічний туризм в окремий, самостійний вид, як наприклад, Кифяк В.Ф. Інші ж не виділяють окремо етнічний туризм, котрий, на їхню думку, існує у вигляді пізнавального (екскурсійного) – Глушко А.А., Сазикін А.М., екологічного туризму (науково-пізнавальні тури) – Школа І.М

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна концепція розвитку людської цивілізації ґрунтується на засадах сталого розвитку, яка тлумачиться як всебічно збалансований розвиток. Сталий розвиток охоплює усі сфери життєдіяльності суспільства і визначається державною політикою, яка формується та реалізується на національному, регіональному та місцевому рівнях. Державна політика формується для узгодження інтересів держави і суспільства та реалізується шляхом досягнення цілей, які мають певний кількісний вимір. Отже, державна політика, яка базується на теорії сталого розвитку на будь-якому рівні (країни чи регіону, нації чи окремої особи) має цілісно і всебічно охоплювати весь комплекс стратегічних пріоритетів та базових чинників, які дійсно уможливають такий розвиток у плані збереження для наступних поколінь як національної окремішності, так і розмаїття світу. [2. с.10]. Тому, предметом її реалізації має бути не тільки поточне вирішення важливих питань економічної, соціальної та екологічної політики, а стратегічний, довготривалий і загальноцивілізаційний рух до пізнання духовно-інтелектуального потенціалу людини. У сучасних умовах регіональний рівень є визначальним в процесі реалізації державної політики. За визначенням М. Долішнього «у широкому розумінні регіональна політика – це система цілей і дій, що спрямовані на реалізацію інтересів держави щодо регіонів та внутрішніх інтересів самих регіонів, яка реалізується за допомогою методів, що враховують історичну, етнічну, соціальну, економічну та екологічну специфіку територій».[5. с.17]. Регіональна

політика як засіб реалізації державної політики у сфері туризму забезпечується механізмом державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні.

Наявність на території регіону туристично-рекреаційних ресурсів створює умови для розвитку окремих видів туризму і тому в процесі реалізації державної політики на засадах сталого розвитку екологічний туризм має вирішальне значення як засіб екологізації суспільного життя.

Сучасне трактування сталого розвитку у сфері туризму ґрунтується на ухваленій у 1995 році на Міжнародній конференції з туризму в місті Лансеро (Канарські острови) «Хартії зі сталого туризму», яка проголошує основні засади розвитку сталого туризму. Сталий туризм є екологічно прийнятним на тривалий період часу, економічно життєздатним, а також етично та соціально справедливим і рівноправним щодо місцевих громад. [8.с.171]. Сталий розвиток туризму базується на раціональному використанні туристично-рекреаційних ресурсів, підтримці розвитку національної економіки на регіональному рівні, підтримці та збереженні природної спадщини та біорізноманіття, збереженні культурної спадщини і традицій місцевих громад. Саме такі засади характеризують екологічний туризм.

Екологічний туризм - це один із видів туризму, що полягає у тісному спілкуванні туриста з навколишньою природою, її пізнанням та спрямований на збереження і поліпшення стану природного довкілля та формування дбайливого ставлення до природи.

Розвиток екологічного туризму для багатьох країн є важливою складовою не тільки наповнення бюджету, але й засобом виховання ставлення до природи, формування усвідомленого природокористування, джерелом фінансування розвитку природних парків та інших заповідних територій.

Україна має усі передумови для розвитку екологічного туризму. В першу чергу це стосується наявності відповідних ресурсів для розвитку екологічного туризму. Основою екотуризму в Україні є національні природні парки, біосферні заповідники та регіональні ландшафтні парки. За їхнім статутом на території цього природно-заповідного фонду може здійснюватися рекреаційна діяльність, яка може проводитися у формі екологічного туризму. Національні природні парки займають 20,9% території природно-заповідного фонду держави, біосферні заповідники — 9,6%, регіональні ландшафтні парки — 17,2%. Об'єктами екотуризму також є штучно створені людиною ботанічні, дендрологічні і зоологічні парки. Ними можуть бути і є парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва.

Реалізація державної політики в сфері туризму здійснюється шляхом формування відповідного механізму державного управління, який розглядається як система складових, які в своїй сукупній дії призводять до очікуваного результату протягом визначеного періоду. [1. с. 45]. У Державній Стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженій

Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 наголошено на системі координації процесів стратегічного планування на центральному, регіональному та місцевому рівні шляхом узгодження регіональних стратегій розвитку із Стратегією у частині визначення завдань і заходів, що передбачають спільні дії центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування. [3. с. 36].

Стратегією передбачено комплекс заходів по розвитку підприємницького середовища та конкуренції на регіональних товарних ринках, важливими напрямками якого є розвиток екологічного та етнічного туризму шляхом раціонального використання природно-ресурсного потенціалу, збереження культурної спадщини та найцінніших природних територій для формування економічного середовища та розвитку сфери зайнятості населення в регіонах; створення якісного туристичного продукту на основі раціонального використання туристичних ресурсів, визначення зон пріоритетного розвитку туризму шляхом туристичного районування регіонів; формування позитивного іміджу регіонів у сфері туризму на зовнішньому та внутрішньому туристичному ринку; . [3. с. 36].

Державна політика у сфері туризму на регіональному рівні формується шляхом розроблення державними адміністраціями регіональних стратегій розвитку регіонів, складовими яких є програми розвитку туризму. Зокрема на Львівщині розроблена Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014 – 2017 роки, у якій зазначено що територія Львівської області є чудовою базою для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку. Об'єктивно оцінюючи туристично-рекреаційні можливості Львівщини, можна зробити висновок, що область має передумови для перспективного розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськолижного, природничо-пізнавального, науково-освітнього, релігійного, мисливського, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального видів туризму. [6. с.4].

Найціннішими об'єктами природно-заповідного фонду є Національний природний парк «Сколівські Бескиди», Яворівський Національний природний парк, Національний природний парк «Північне Поділля», Державний природний заповідник «Розточчя», внесений рішенням ЮНЕСКО до Всесвітньої мережі біосферних резерватів. Важливою складовою природно-рекреаційних ресурсів області є гори Карпати, придатні для розвитку гірського туризму та гірсько-лижного відпочинку. [6. с.5].

Львівщина – одна з найбагатших областей України за кількістю і значимістю архітектурних, культурних та сакральних пам'яток. Цей неоціненний скарб походить з давнього минулого. Упродовж віків у регіоні формувались самобутні культура та мистецтво, що поєднали місцеві традиції із впливами інших народів. Тут збереглися автентичність, архітектура, мистецтво, храми, традиції, обряди, фольклор. Всі ці ресурси придатні для розвитку такого виду туризму як етнічний туризм.

Розглядаючи, екологічний туризм як складний комплекс природо-суспільно-економічних відносин потрібно розуміти, що модель розвитку цього туризму потребує системної роботи і координації зусиль обласних та місцевих органів влади та громад, туристичних підприємств та природогосподарських та природоохоронних організацій, освітніх закладів, які виховують молодь та готують фахівців у сфері екологічного туризму.

Модель розвитку екологічного туризму складається з наступних великих підсистем:

- інституційне середовище, що забезпечує функціонування всього комплексу туристичного бізнесу і, зокрема, екологічного туризму;
- регіон, що генерує туристичну активність в сфері екологічного туризму;
- логістичне коло екологічного туризму;
- туристичний потік, який пов'язує усі підсистеми та забезпечує їх цілісність.

Підсистема інституційне середовище включає державні органи управління туризмом на загальнонаціональному та регіональному рівні, які розробляють стратегію розвитку туризму в цілому по Україні та в регіонах, використовують ефективні інструменти управління такі як організаційні, інвестиційні, податкові.

Для розвитку екологічного туризму підсистема напрацьовує та вдосконалює нормативно-правове законодавство, забезпечує міжвідомчу і міжрегіональну координацію заходів по розвитку екологічного туризму, вдосконалює туристичну інфраструктуру екологічного туризму, формує сучасну маркетингову стратегію просування екологічного туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках, здійснює підготовку кадрів для екологічного туризму, запроваджує міжнародне співробітництво у цій сфері. Головні принципи регулювання розвитку екологічного туризму визначені законодавством України, зокрема у таких документах як Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» №1282- ІУ від 18.11.2003 р., «Державна програма розвитку туризму на 2002- 2010 роки, Затверджена Постановою КМУ №583 від 29.04.2002 р., Закон України «Про природно-заповідний фонд» (1992), «Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України», (2009) «Державна Стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року», «Регіональна програма розвитку заповідної справи у Львівській області на 2009-2020 рр.», «Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014 – 2017 роки».

Підсистема регіон, що генерує туристичну активність в сфері екологічного туризму включає суб'єкти, які володіють природно-рекреаційними ресурсами, придатними для використання в екологічному туризмі. До них належать національні природні парки, біосферні заповідники та регіональні ландшафтні парки, дендрологічні парки, ботанічні сади, які використовують як об'єкти екологічного туризму і мають для цієї мети

облаштовані екологічні маршрути, екологічні стежки, маршрути для гірського сходження, сплавлення по ріках, відвідування печер та інше.

Підсистема логістичне коло екологічного туризму формується шляхом налагодженої співпраці усіх суб'єктів, які формують, реалізують та організовують споживання екологічного продукту. До них відносимо туристичні оператори та туристичні агенції, бюро туризму та екскурсій, підприємства, які володіють засобами, розміщення, харчування, транспортування, програмного забезпечення, заклади, що надають супутні послуги (торговельні, банківські, страхові, прокатні), заклади, що забезпечують виробництво і реалізацію туристичних товарів (сувенірів, продукції художніх промислів, спортивно-туристичного спорядження).

Логістичний підхід забезпечує оптимізацію взаємодії підприємницьких структур в межах регіону екологічного туризму і забезпечує налагоджену циркуляцію туристичних, інформаційних та фінансових потоків.

Підсистема «туристичний потік» є основою розвитку екологічного туризму, тому формування потреби в цьому виді туризму тісно пов'язане з екологізацією освіти, популяризацією знань про природу, розумінням необхідності її збереження. Еколого-просвітницькі заходи є складовою національної та регіональної політики захисту та збереження природи, її біологічного та ландшафтного різноманіття, відтворення природних комплексів, земельних та водних ресурсів, формування національної екомережі. Формування туристичного потоку забезпечується інформаційною підтримкою, яка відбувається за допомогою маркетингово-рекламної діяльності усіх суб'єктів ринку, зацікавлених у його розвитку. Промоції екологічного туризму необхідно займатися на усіх рівнях, однак, безпосередньо поширенням інформації про екологічний туризм займаються туристично-інформаційні центри, туристичні фірми, місцеві громади, організації природоохоронного значення, на території яких розміщені об'єкти екологічного туризму.

Концептуальна модель функціонування екологічного туризму на регіональному рівні представлена на рис.1.

Метою моделювання розвитку екологічного туризму в регіоні є оптимізація туристичної рекреаційної діяльності, вдосконалення її структури і управління, створення екологічно безпечного механізму функціонування зон екологічного туризму. Природний, історико-культурний, етнографічний потенціал туристичної зони визначають напрямки її розвитку. Поетапний розвиток зон екологічного туризму шляхом облаштування їх інфраструктури відповідно до міжнародних стандартів, а також розробка та облаштування науково-пізнавальних туристських маршрутів та еколого-освітніх екскурсійних стежок відповідно до параметрів внутрішнього та зовнішнього пейзажного різноманіття природних ландшафтів, обґрунтування і механізм визначення допустимих величин рекреаційних навантажень на ландшафтні комплекси природно-заповідних територій забезпечить реалізацію державної політики щодо соціально-економічного розвитку регіону та місцевих громад.

Екологічний туризм пов'язаний з іншими видами туризму і найбільш близьким до нього є агротуризм або сільський зелений туризм, культурно-пізнавальний туризм, етнічний, етнографічний, релігійно-пізнавальний, ностальгійний туризм та інші.

Розвиток етнічного туризму ґрунтується на прагненні пізнати іншу країну або регіон, її народ, культуру та побут, його національний одяг, традиції тисячолітньої давності, мову, національну кухню, мистецтво, менталітет. Зміст етнічного туризму полягає у відвідуванні будь-якого етнографічного регіону задля задоволення своїх матеріальних та духовних потреб.

На Львівщині етнічний туризм може розвиватися на базі історико-етнографічних земель таких як Бойківщина, Яворівщина; на базі сформованих центрів таких як Державний історико-архітектурний заповідник у Львові, Державний історико-культурний заповідник «Тустань» в Уричі, Державний історико-культурний заповідник в Белзі, де можна проводити різноманітні фестивалі та свята, які мають традиційний національний колорит. Львівщина завжди вирізнялася прихильністю до дбайливого збереження духовної спадщини, звичаїв, легенд, народних ремесел та фольклору. Етнічний туризм пов'язаний з історичними подіями, які відбувалися на наших землях, зокрема міграційними процесами, примусовим переселенням громадян з однієї країни до іншої, урбанізацією, що формує потребу людей відвідувати місця свого історичного проживання, пізнання традицій, звичаїв та обрядів свого народу чи етнічної групи. Розвиток етнотуризму науковці розглядають як шлях збереження етнокультурних ландшафтів та відродження традицій, обрядів та звичаїв, що дозволяє місцевому населенню, особливо молодому поколінню, отримувати матеріальні вигоди [8, с.263]. Для того, щоб етнічний туризм на регіональному рівні виокремився в самостійний вид туризму необхідно сформувати модель розвитку етнічного туризму в регіоні за тією ж схемою що і модель екологічного туризму. (див. рис.1.) Модель має включати відповідні підсистеми, взаємодія та координація діяльності яких, сприятиме досягненню поставленої мети.



Рис 1. Концептуальна модель розвитку екологічного туризму: регіональний рівень

Висновки. Розглянувши екологічний та етнічний туризм як складний комплекс природо-етнографічних та суспільно-економічних відносин потрібно розуміти, що модель розвитку цього туризму забезпечить формування дестинацій екологічного та етнічного туризму, а в подальшому і створення брендів екологічного та етнічного туризму місцевого, регіонального та національного рівнів. В подальшому популяризація екологічного та етнічного туризму стане важливим засобом регіонального розвитку, становлення місцевих громад та наповнення їх бюджетів, засобом виховання ставлення до природи, формування усвідомленого природокористування, джерелом фінансування розвитку природних парків, історико-етнографічних та заповідних територій.

Література

1. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект [Текст] / Мар'яна Біль ; за наук. ред. д. е. н. О.П.Крайник. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. – 228 с. – ISBN 978-966-8687 – 91-4 67).
2. С. Вовканич, Х. Копистянська. Соціогуманістична візія стратегії сталого розвитку . Регіональна економіка, №2, 2003. 260 с.
3. Державна Стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385
4. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм у системі суспільно-економічних відносин. // Економічна та соціальна географія: Наук, зб. - К., 2001. - С 89-95.
5. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети – К.: Наукова думка, 2006. – С. 17.
6. Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014 – 2017 роки. Рішення № 1087 від 29 квітня 2014 року Львівської обласної Ради ХХІХ сесії VI скликання.[Електронний ресурс].-Режим доступу <http://stsrd.gov.ua/ekonomika/novyny-ekonomiky/9075-prohrama-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-u-lvivskii-oblasti-na-2014-2017-roky.html>.
7. Смаль В., Смаль І. Туризм і сталий розвиток /В. Смаль. І Смаль / Вісник Львівського національного університету ім. І. Франка : серія географічна. – Львів 6 ЛНУ ім. І. Франка, 2005. Іп. 32 – с.163-173
8. Чаплінський Б. Проблематика етнокультурного ландшафту Гуцульщини: риси, поділ, збереження. / Б. Чаплінський, А. Кібич // Наукові записки Вінницького педуніверситету. Сер. Географія. – 2010. – Вип. 21. – С. 259–265.

ENVIRONMENTAL AND ETHNIC TOURISM AS COMPONENTS OF REGIONAL DEVELOPMENT

On the basis of the state strategy of regional development generated model of ecological and ethnic tourism in Lviv region

Key words: *ecotourism, ethnic tourism, subsystem, strategy development, region development model of ecotourism*

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ ТА ЇХ ЗБЕРЕЖЕННЯ

Розглянуто рекреаційно-туристичні ресурси природно-заповідного фонду України, шляхи їх збереження та раціонального використання. Проаналізовано особливості розвитку екологічного туризму у Національних природних парках України. Висвітлено проблеми та перспективи використання Національних природних парків для екотуризму.

Ключові слова: рекреаційно-туристичні ресурси, природно-заповідний фонд, Національні природні парки, рекреаційне навантаження, екологічний туризм.

Важливе рекреаційне туристичне значення в Україні мають – заповідні території, хоч їх основне призначення – збереження типових для даної зони об'єктів, а також збереження та відновлення цінних та унікальних природних комплексів чи їх важливих складових елементів.

Природно-заповідний фонд України (ПЗФ) – це ділянки суші і водного простору, природні комплекси та об'єкти, які мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність і виділені з метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду тваринного і рослинного світу, підтримання загального екологічного балансу та забезпечення фонових моніторингу навколишнього природного середовища [6].

За розробленими в Україні нормативами до складу природоохоронних територій належать 11 категорій ПЗФ: біосферний заповідник, природний заповідник, національний природний парк, регіональний ландшафтний парк, заказник, пам'ятка природи, заповідне урочище є природними територіями і об'єктами, тоді як ще 4 категорії ПЗФ, такі, як ботанічний сад, дендрологічний парк, зоологічний парк, парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва є штучно створеними об'єктами. Категорія, до якої відноситься певна територія чи об'єкт ПЗФ, визначається відповідно до того цільового призначення та тих функцій і завдань, які дана територія чи об'єкт мають виконувати [7].

За результатами даних обліку територій та об'єктів природно-заповідного фонду, поданих органами виконавчої влади на місцевому рівні, що забезпечують реалізацію державної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища, станом на 01.01.2016 природно-заповідний фонд України має в своєму складі 8184 території та об'єктів загальною площею 4082780,55 га в межах території України (фактична площа 3803131,84 га) та 402500,0 га в межах акваторії Чорного моря.

Відношення фактичної площі природно-заповідного фонду до площі держави («показник заповідності») становить **6,30%**. Слід зазначити, що за

роки незалежності площа природно-заповідного фонду України зросла більш ніж удвічі.

Це, зокрема, 17 природних та 4 біосферних заповідника, 19 національних природних парків, 45 регіональних ландшафтних парків, 3078 пам'яток природи, 2729 заказників, 616 ботанічних, зоологічних садів, дендропарків та парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 793 заповідних урочища. Попри це, площа природно-заповідного фонду в Україні є недостатньою і залишається значно меншою, ніж у більшості країн Європи, де території природно-заповідного фонду в середньому становлять **15%** площі країни. [11].

Охорона об'єктів природно-заповідного фонду забезпечується встановленням заповідного режиму, організацією систематичних спостережень і досліджень, здійсненням державного і громадського контролю, встановленням підвищеної відповідальності тощо. До того ж ці об'єкти можуть використовуватися тільки для природоохоронних, науково-дослідних, оздоровчих та освітньо-виховних цілей. Управління у сфері охорони природно-заповідного фонду здійснює Міністерство охорони навколишнього природного середовища України та його органи на місцях. Безпосереднє управління більшістю об'єктів природно-заповідного фонду здійснюється спеціальними адміністраціями, до складу яких входять відповідні наукові підрозділи, служби охорони, господарського та іншого обслуговування. Згідно з Законом право участі в управлінні вказаними об'єктами належить і відповідним об'єднанням громадян.

Закон України "Про природно-заповідний фонд України" складається з 11 розділів (67 статей) та регулює економічні, соціальні, правові та екологічні засади природно-заповідного фонду в Україні. За порушення законодавства України про природно-заповідний фонд винна особа може притягуватися до дисциплінарної, адміністративної, цивільної або кримінальної відповідальності.

У зв'язку з цим законодавством України природно-заповідний фонд охороняється як національне надбання, щодо якого встановлюється особливий режим охорони, відтворення і використання. Україна розглядає цей фонд як складову частину світової системи природних територій та об'єктів, що перебувають під особливою охороною.

Розширення мережі територій та об'єктів ПЗФ безперечно є позитивним зрушенням, однак переважна їх більшість внаслідок кризового стану економіки, дефіциту фінансових ресурсів та відсутності інфраструктурного забезпечення знаходиться у вкрай незадовільному стані. З переходом до ринкових засад господарювання адміністративні методи управління відійшли у минуле, натомість виникла потреба у створенні механізму, який би сприяв розбудові ПЗФ України, стимулював його розвиток, включивши нові механізми взаємодії державних методів регулювання та ринкових сил.

Одним із найважливіших завдань при вирішенні проблеми невиснажливого використання територій та об'єктів ПЗФ є створення

системи планування і регулювання рекреаційних навантажень, зокрема визначення допустимих навантажень на природно-заповідні території при організації туризму, екскурсій, масового повсякденного відпочинку. Останнє неможливе без встановлення науково-обґрунтованих і виважених нормативів рекреаційних навантажень на природні комплекси ПЗФ.

Рекреаційне навантаження – агрегатний показник безпосереднього впливу рекреантів, їх транспортних засобів, будівництва рекреаційних споруд на природні, ландшафтні комплекси. Розрізняють допустимі (оптимально та гранично допустимі) і деструкційні (критичні та катастрофічні) рекреаційні навантаження. При допустимих навантаженнях у природі зумовлюються зміни зворотного характеру, ландшафтні комплекси здатні до самовідновлення, але при цьому втрачаються деякі ландшафтні елементи і взаємозв'язки (в лісових ландшафтних комплексах, наприклад – зрідження пологу деревостану і підросту, збіднення видового складу травостою). При критичних і катастрофічних рекреаційних навантаженнях відбуваються незворотні зміни ландшафтних комплексів.

Перевищені, необґрунтовано високі рекреаційні навантаження, які є однією з форм прояву антропогенізації природного середовища, спричинюючи рекреаційну дигресію, негативно позначаються на природних ландшафтних комплексах, що недопустимо в межах природно-заповідних територій [12].

Планування рекреаційного використання територій та об'єктів ПЗФ має передбачати виконання таких основних заходів:

- ✓ інвентаризацію потенційних територій та об'єктів рекреації (видів флори і фауни, археологічних, історичних, культурних, геологічних та інших визначних пам'яток);
- ✓ виявлення цільових категорій відвідувачів територій та об'єктів ПЗФ, визначення доцільності видів відпочинку, туризму;
- ✓ аналіз рівня розвитку рекреаційної інфраструктури територій та об'єктів ПЗФ;
- ✓ розроблення системи плати за відвідування територій та об'єктів ПЗФ, а також надання відповідних послуг;
- ✓ оцінку доцільності господарського використання відповідних природних ресурсів (мисливських, рибацьких, лікувальних тощо) внаслідок створення умов для рекреації;
- ✓ прогноз ступеню уразливості екосистем і можливих екологічних перешкод під час розвитку рекреації;
- ✓ розроблення планів розвитку рекреації та туристичної інфраструктури (робота з місцевим населенням, підготовка екскурсіводів, рекламно-інформаційне та кадрове забезпечення, маркетинг та просування туристичних продуктів).

Слід зазначити, що різні види природоохоронних територій характеризуються різними ступенями заповідності. Так, для рекреаційних потреб заповідники не використовуються. Найбільше значення для

рекреаційно-туристичної сфери мають Національні природні парки (рекреаційні зони), парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, зоологічні сади, пам'ятки природи.

На території Національних природних парків з урахуванням природоохоронної, оздоровчої, наукової, рекреаційної, історико-культурної та інших цінностей природних комплексів та об'єктів, їх особливостей встановлюється диференційований режим щодо їх охорони, відтворення та використання згідно з функціональним зонуванням:

заповідна зона — призначена для охорони та відновлення найбільш цінних природних комплексів, режим якої визначається відповідно до вимог, встановлених для природних заповідників;

зона регульованої рекреації — в її межах проводяться короткостроковий відпочинок та оздоровлення населення, огляд особливо мальовничих і пам'ятних місць; у цій зоні дозволяється влаштування та відповідне обладнання туристських маршрутів і екологічних стежок; тут забороняються рубки лісу головного користування, промислове рибальство й промислове добування мисливських тварин, інша діяльність, яка може негативно вплинути на стан природних комплексів та об'єктів заповідної зони;

зона стаціонарної рекреації — призначена для розміщення готелів, мотелів, кемпінгів, інших об'єктів обслуговування відвідувачів парку;

господарська зона — у її межах проводиться господарська діяльність, спрямована на виконання покладених на парк завдань, знаходяться населені пункти, об'єкти комунального призначення парку, а також землі інших землевласників та землекористувачів, включені до складу парку, на яких господарська діяльність здійснюється з дотриманням загальних вимог щодо охорони навколишнього природного середовища.

На території зони регульованої рекреації, стаціонарної рекреації та господарської зони забороняється будь-яка діяльність, яка призводить або може призвести до погіршення стану навколишнього природного середовища та зниження рекреаційної цінності території Національного природного парку[1].

Зонування території національного природного парку, рекреаційна та інша діяльність на його території провадяться відповідно до Положення про національний природний парк та Проекту організації території національного природного парку, охорони, відтворення та рекреаційного використання його природних комплексів і об'єктів, що затверджується центральним органом виконавчої влади у галузі охорони навколишнього природного середовища [10].

У Національних природних парках (НПП) України активно розвивається екологічний туризм, який ґрунтується на наступних концептуальних положеннях:

-мінімізація негативного впливу туристів на природне середовище та його компоненти;

-гармонійне поєднання людини, природного середовища та рекреаційної інфраструктури;

-відвідування рекреаційних природно-заповідних територій та об'єктів;

-науково-пізнавальне освоєння природного (біотичного, ландшафтного, пейзажного) різноманіття і гуманістичного потенціалу рекреаційних територій;

-соціальна сумісність (злагода) з місцевою мораллю, звичаями і традиціями місцевого населення, територіальними громадами та органами місцевого самоврядування;

-економічні вигоди і переваги в регіональному розвитку природних територій;

-гарантія довготривалого збереження природних та культурних ресурсів рекреаційних територій.

Екологічний туризм – вид туризму, що передбачає відвідування відносно незмінених природних територій з пізнавальною метою, має мінімальний вплив на довкілля, сприяє екологічному вихованню й освіті туристів, а також стійкому соціальному, економічному та екологічному розвитку регіонів.

Екологічний туризм з його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту навколишнього середовища. У багатьох країнах екологічний туризм стає супутником і невід'ємною частиною всіх видів туризму, інтегрує їх у загальний процес, а завдяки своєму максимально доступному (наочному) просвітницькому та освітньому потенціалу є чи не єдиним регулятивним та формуючим поведінку важелем управління урбанізаційними процесами, раціонального природокористування та охорони природи. Він дозволяє пом'якшити удари, що завдає природі бездумне ставлення до неї людини, зберігає кутки незайманої природи і сприяє примноженню природних цінностей не тільки за допомогою екологічної просвіти, але і за рахунок коштів, що спрямовуються з прибутків від екологічного туризму на вирішення цих завдань.

У найбільш загальному розумінні екологічний туризм, є формою активного відпочинку з екологічно значущим наповненням – особливий інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою та іншими людьми на основі взаємної вигоди, взаємоповаги та взаєморозуміння. Туристи отримують від такого спілкування з природою певний фізичний, психологічний, інтелектуальний та емоційний запас міцності та здоров'я, а природа при цьому зазнає мінімальних оборотних впливів і втрат, місцеві мешканці отримують соціальні та економічні стимули до збереження природи та традиційного природокористування. Найбільш поширеним видом екологічного туризму у природно-заповідних зонах є прогулянки екологічними стежками [4].

У Національних природних парках України екотуристична діяльність здійснюється за такими видами:

- екскурсії маркованими екологічними стежками з короткостроковим відпочинком (розбиття наметів і розкладання вогнищ у спеціально облаштованих місцях) у зонах регульованої та стаціонарної рекреації – Карпатський НПП, НПП «Святі Гори»;

-науково-пізнавальний туризм – Карпатський, Яворівський НПП;

-піший спортивно-оздоровчий екотуризм – НПП «Вижницький», Ужанський НПП;

-лижні подорожі та прогулянки (лижний, включаючи гірськолижний, екотуризм) - НПП «Вижницький», «Сколівські Бескиди»;

-прогулянки, подорожі на велосипедах (велосипедний екотуризм) – НПП «Синевир», Ужанський НПП;

-прогулянки, подорожі на конях (кінний екотуризм) – НПП «Синевир», Шацький НПП;

-водний екотуризм – спуск гірською річкою на надувних плотах, човнах, катамаранах (рафтинг) – НПП «Вижницький»; подорож на яхті, катання на водних лижах, віндсерфінг, прогулянки на човнах – Шацький НПП;

-екскурсії у карстові печери (спелеологічний екотуризм, спелеотуризм) – НПП «Вижницький»;

-любительське (спортивне) полювання (мисливський екотуризм) – НПП «Синевир», Деснянсько-Старогутський;

-підводне плавання з аквалангом, екскурсії до підводних печер і гротів (підводний екотуризм, дайвінг) – Азово-Сиваський НПП;

-любительське і спортивне рибальство – Шацький, Азово-Сиваський НПП;

-прогулянки, подорожі на повітряних кулях (балунінг), прогулянки, подорожі на дельтоплані (дельтопланеризм) – НПП «Синевир», «Подільські Товтри»;

-скелелазіння (альпінізм) – НПП «Вижницький»;

-екстремальний екотуризм (стрибки з прив'язаним тросом) – НПП «Подільські Товтри» [2].

Відповідно до сучасної природоохоронної практики в національних парках світу не менше 75% площі вважаються суворо охоронними без регульовальних заходів і порушень природної сукцесії, а решта використовується в рекреаційних цілях, хоча скрізь в обґрунтованій мірі допускається екотуризм. Основним режимом на території національних парків є режим невтручання.

В Україні лише незначна частина НПП відповідає II-й категорії міжнародної класифікації – Національний парк (Охорона екосистем і рекреація). Площа, зайнята антропогенними ландшафтами у вітчизняних НПП має великі розходження – від 1% в Азово-Сиваському національному природному парку до 80% у «Подільських Товтрах».

Загалом, антропогенні ландшафтні комплекси займають до половини території наших національних парків (у Шацькому НПП 40,5%). Для порівняння в Польщі ця величина коливається від 1% до 20% і становить у середньому 4%. Альтернативою для наближення НПП України до II-ї категорії є створення невеликих за площею парків (за міжнародними стандартами допускається мінімальна площа національного парку до 2000 га).

Зазначимо, що з понад як 300 рекреаційно-туристичних закладів, розміщених на територіях національних природних парків України, на землях їх постійного користування знаходиться лише незначна кількість (до 10 %).

Важливим завданням національних природних парків України є управління (планування, організація, координація, контроль) рекреаційною (туристичною) діяльністю, зокрема відвідуванням території. Здійснення такої екотуристичної діяльності (організація збуту туристських послуг, турів) на природно-заповідних територіях покладається на спеціалізовані державні і комерційні (а також спільні акціонерні) структури – туристські фірми [11].

Для розвитку екологічного туризму в Україні необхідно керуватися наступними засадами:

- ✓ -спрямованість до природи і на використанні переважно природних ресурсів;
- ✓ -збереження первозданності навколишнього середовища;
- ✓ -пріоритетність екологічного утворення, формування відносин рівноправного партнерства з природою;
- ✓ -збереженість місцевого соціокультурного середовища;
- ✓ -економічна ефективність і стійкий розвиток тих районів, де проходять тури.

Досвід реалізації екотуристичних проектів і програм в Україні вказує на багато недоліків, основні з яких на нашу думку є:

- недосконалість законодавства, особливо податкової політики, правил землекористування та землеволодіння;
- немає чіткого планування туристичних потоків, формування груп відбувається випадково, вони ніким не контролюються і не враховуються;
- немає точного розрахунку собівартості екотурів, відсутня цінова стратегія, планування прибутку і витрат;
- відсутні інвестиції на розвиток екотуризму, що пригальмовує розвиток місцевих інфраструктур;
- відсутній моніторинг екосистем і біоресурсів на шляху масових маршрутів;
- як правило, відсутня освітня компонента в організації туру;
- відсутність скоординованих дій та системного підходу до розроблення та виконання державної, регіональних і місцевих програм розвитку

туризму, зокрема сприятливих умов для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму;

- недосконалість системи ведення статистичного обліку у сфері туризму, а також здійснення заходів, спрямованих на комплексне освоєння та розвиток туристичних ресурсів;
- низький рівень безпеки на туристичних об'єктах і маршрутах, несвоєчасне надання невідкладної допомоги туристам, які постраждали під час подорожі;
- недосконалість технічного регулювання та стандартизації, що призводить до відсутності належного інфраструктурного облаштування та інформаційного забезпечення туристичних об'єктів і маршрутів;
- недостатність критеріїв, на підставі яких здійснюється категоризація об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема готелів та інших аналогічних засобів розміщення, та їх неузгодженість із сучасними стандартами розвинутих туристичних країн;
- відсутність механізму акредитації та сертифікації об'єктів туристичної інфраструктури;
- відсутність планів комплексного розвитку природних курортних територій.

Для створення життєздатної туристської індустрії пропонується використовувати в розвитку екологічного туризму наступні принципи [3].

- подорожі і туризм повинні допомагати людям у досягненні гармонії з природою;
- подорожі і туризм повинні внести свій внесок у зберігання, захист і відновлення екосистем;
- подорожі і туризм повинні ґрунтуватися на життєздатних моделях виробництва і споживання;
- політика протекціонізму в торгівлі подорожами і туристськими послугами повинна бути частково або цілком змінена;
- захист навколишнього середовища має складати невід'ємну частину процесу розвитку туризму;
- проблеми розвитку туризму повинні вирішуватися за участю зацікавлених громадян (місцевих жителів), із плануванням рішень, прийнятих на місцевому рівні;
- держави повинні попереджати одна одну щодо природних лих та катастроф, що можуть вплинути безпосередньо на туристів або туристські сфери;
- подорожі і туризм повинні сприяти створенню робочих місць для місцевих жителів;
- розвиток туризму має забезпечувати і підтримувати культуру й інтереси місцевих мешканців;
- індустрія туризму і подорожей повинна базуватися на міжнародному праві в сфері захисту навколишнього середовища.

Основні завдання програми розвитку екотуризму в Україні:

- ✓ законодавче оформлення здійснюваної в межах територій НПП екотуристичної діяльності;
- ✓ впровадження економічного механізму надання платних туристичних послуг, створення на засадах самозабезпечення, самофінансування та самоокупності госпрозрахункових рекреаційних структурних підрозділів НПП;
- ✓ забезпечення національних природних парків рекреаційно-туристичною інфраструктурою відповідно до міжнародних стандартів (умови проживання і харчування туристів, транспортні засоби, спостережні вежі тощо);
- ✓ розробка та облаштування науково-пізнавальних туристських маршрутів та еколого-освітніх екскурсійних стежок відповідно до параметрів внутрішнього та зовнішнього пейзажного різноманіття природних ландшафтів (малі архітектурні форми, інформаційно-охоронні знаки, інформаційні щити тощо);
- ✓ обґрунтування і механізм визначення допустимих величин рекреаційних навантажень па ландшафтні комплекси природно-заповідних територій, використовуваних в цілях відпочинку, туризму і лікування;
- ✓ інвентаризація та кількісно-якісна оцінка наявних на природно-заповідних територіях рекреаційних природних (бальнеологічні, кліматичні, лісові, пейзажні) та історико-культурних ресурсів;
- ✓ формування у туристів, відпочиваючих інтелектуально-гуманістичного світобачення та патріотичного ставлення до природної і культурної спадщини країни.

Ще кілька десятиліть тому людство не знало таких глобальних екологічних проблем, як в наш час. Зараз нелегко відшукати на карті світу екологічно чисті країни і міста. І з кожним роком їх стає все менше. Причиною такої несприятливої ситуації є, звичайно ж, надмірне забруднення навколишнього середовища, перенасичене шкідливими речовинами повітря, радіоактивне забруднення навколишнього середовища в результаті використання атомних електростанцій або виробництва ядерної зброї. Тому, світовий екотуризм почав розвиватися набагато раніше, ніж екологічний туризм в Україні.

Проаналізувавши рейтинг найкращих екотуристичних країн світу, ми з впевненістю можемо стверджувати, що Україна може скласти конкуренцію у цьому напрямку туристичної діяльності, оскільки володіє унікальними природними ресурсами, зокрема гірськими та лісовими зонами Карпат та Криму, унікальними озерами на Поліссі, степами та морським узбережжям на півдні України. Екотуризм передбачає відпочинок в екологічно чистих регіонах. В Україні таких регіонів достатньо, що робить країну екологічно привабливою для любителів екологічного туризму. Для цього потрібно, щоб в нашій країні було створене сприятливе інвестиційне середовище, були врегульовані земельні питання на законодавчому рівні, запущені економічні

та соціальні стимулюючі механізми, проведена велика рекламна компанія екологічно чистих зонах [5].

На даний момент екотуризм в Україні є досить молодим видом туризму, який тільки розвивається, але стрімко набуває популярності. Причиною цього є те, що населення відчуває негативний вплив на здоров'я, спричинений незадовільним станом навколишнього середовища, і прагне цього уникнути або хоча б мінімізувати шкоду, перебуваючи на екологічно чистих територіях, відновлюючи своє здоров'я та збагачуючись духовно, вивчаючи побут та історію місцевого краю [8].

Дбайливе ставлення до природи і навколишнього середовища є одним з основних елементів туризму і подорожей у Світі. Туристичні готелі, кемпінги, курорти, які розташовані серед незайманої природи і де приділяється належна увага питанням екології, збереженню природного ландшафту і культурної спадщини, стають все більш популярними і приваблюють велику кількість, екологічно свідомих туристів.

«Захист навколишнього середовища повинен встояти перед тиском з боку організацій або осіб, стурбованих тільки комерційним успіхом або особистим збагаченням», – сказано в Монреальській декларації по туризму[9].

Література

1. Бобкова А. Про поняття природних рекреаційних ресурсів//Право України. - 2010. - № 5. - С. 51-54.
2. Воробйова О.А., Харічков С.К. Розвиток рекреаційно-туристичної діяльності на територіях природно-заповідного фонду України [Текст] : / Воробйова О.А., Харічков С.К. – О. ІПРЕЕД НАНУ, 2009. – 36 с.
3. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу [Текст] : / О.Ю. Дмитрук //Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2014. – 192 с.
4. Екологічний туризм. Департамент екології та природних ресурсів Київської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eko.koda.gov.ua/ekologichnyj-turyzm/>.
5. Екологія з основами екологічного туризму [Текст]: навчальний посібник / Укл. Паньків Н.Є., Бомба М. Я., Львів, ЛІЕТ, 2016. – 318 с. – іл., табл., рис.
6. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>.
7. Заповідна справа в Україні: [Текст] : Навч. Посібник / За заг. ред. М.Д. Гродзинського, М. П. Стеценка. –К.: Географіка, 2003. –306 с.
8. Мороз В.П., Пилипенко С.М. Екологічний туризм в Україні: проблемні аспекти розвитку «Стратегія розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку» : [Текст] : Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 31 березня 2016 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів : ЛІЕТ, 2016. – с. 308-317).

9. Монреальська декларація "До гуманного і соціального бачення туризму", Мадрид, 1996.

10. Природні туристські ресурси України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://e-works.com.ua/download/4409_Prirodni_tyristski_resyrsi_Ykraini.html)

11. Території та об'єкти ПЗФ України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pzf.menr.gov.ua/pzf-ukraini/>

12. Фоменко Н.В. Ф 11 Рекреаційні ресурси та курортологія. [Текст]: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

Pankiv N. E.

RECREATIONAL AND TOURISM RESOURCES OF NATURAL RESERVE FUND OF UKRAINE AND THEIR CONSERVATION

Recreational and tourist resources of natural reserve fund of Ukraine and ways of their conservation and management are considered. The features of eco-tourism in the National Nature Park of Ukraine are analyzed. The problems and prospects of National Natural Parks for ecotourism.

Keywords: *recreational and tourist resources, natural reserves, National Natural Parks, recreational load, eco-tourism.*

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті розглядається один з останніх трендів в організації облікового процесу на підприємстві - онлайн-бухгалтерія. Проаналізовано переваги та недоліки ведення бухгалтерського обліку на підприємстві за допомогою інтернет-сервісів, виділено основні проблеми, з якими можуть зіштовхнутися підприємства в процесі використання даної технології. Проаналізовано основні функціональні можливості вітчизняних сервісів онлайн-бухгалтерії.

В процесі дослідження виявлені перспективи організації облікового процесу на сучасному підприємстві за допомогою інтернет-сервісів ведення бухгалтерського обліку та визначені можливі шляхи розвитку даного напрямку.

Ключові слова: онлайн-бухгалтерія, хмарні технології, інтернет-сервіс, організація бухгалтерського обліку.

Питання організації облікового процесу завжди є актуальним для будь-якого підприємства. У зв'язку із цим постійно удосконалюються існуючі методи ведення бухгалтерського обліку, а також з'являються нові. Розвиток Інтернету дозволив говорити про новий етап у розвитку технологій обліку, у якому програма для ведення бухгалтерського обліку — це сервіс в Інтернеті. Основою роботи подібних програм є так звані хмарні технології.

Онлайн-бухгалтерія — відносно молодий сервіс, який проте вже встиг завоювати визнання багатьох підприємців в усьому світі. Суть даної технології полягає в тому, що власникові бізнесу, бухгалтерові, що працює на підприємстві надається за певну плату доступ до програми в Інтернеті, за допомогою якої можна з найменшими фінансовими та трудовими затратами забезпечити реалізацію стандартних бухгалтерських процесів. Для прикладу, сервіси онлайн-бухгалтерії дозволяють формувати первинну облікову документацію, здійснювати розрахунок податків і внесків на обов'язкове страхування, формувати в електронному вигляді бухгалтерську, управлінську, регламентовану звітність. Тобто бухгалтерія в «хмарі» використовується з тією ж метою, що й знайоме всім програмне забезпечення, встановлене на комп'ютері.

Відмінною рисою такої побудови облікового процесу, у порівнянні з будь-якими іншими його формами, є те, що для роботи бухгалтерові необхідний лише доступ до мережі Інтернет. Це обумовлено тим, що вся необхідна для роботи інформація зберігається на віддалених серверах в «хмарі». Таке розміщення даних на сьогодні — новітнє досягнення в бухгалтерській практиці. Однак професія бухгалтера є досить консервативною, а тому її представники з осторогою дивляться на подібні новинки і цілком обґрунтовано прагнуть спочатку проаналізувати

ефективність інтернет-сервісів, їх функціональність та надійність, а вже потім ухвалювати рішення щодо можливості їх використання.

Варто зауважити, що в західних країнах використання сервісів онлайн-бухгалтерії вже набуло масового характеру, ставши звичним для бізнесу способом організації облікового процесу. В Україні ринок інтернет-сервісів лише встає на ноги, однак вже сьогодні спостерігається підвищений інтерес до цього технологічного явища в поєднанні з певною недовірою. Важливим є питання наскільки ефективним може бути злиття бухгалтерського обліку та хмарних технологій в одному технологічному продукті, як далеко може зайти ця інтеграція та, найголовніше, чи стануть інтернет-сервіси в майбутньому повноцінною заміною комп'ютерному програмному забезпеченню.

Сучасний бухгалтер виконує багато функцій, які залежать від його кваліфікації, досвіду роботи та особистих якостей. Електронні сервіси по веденню бухгалтерського обліку на сьогодні уже володіють досить великим набором опцій, що дозволяють виконувати значну частину цих функцій. При цьому можливості інтернет-сервісів неоднакові та залежать, як правило, від компанії, яка надає послугу онлайн-бухгалтерії.

В Україні з кожним роком все більшої популярності набуває використання хмарних технологій для управління бізнесом. Найпоширенішим та найуспішнішими в Україні на сьогодні є сервіси онлайн-бухгалтерії «iFin», «Таксер», «MoneyPenny», «Деловод» та «1С онлайн». Нами проаналізовано функціональні можливості вищеперерахованих сервісів (табл. 1).

З табл. 1 видно, що за допомогою сучасних сервісів онлайн-бухгалтерії можна з успіхом обліковувати основні господарські операції невеликого підприємства. Причому відмінності в можливостях незначні, і це пов'язане з тим, що онлайн-бухгалтерія здобуває все більшу популярність, а тому компанії вдосконалюють і розширюють можливості, щоб залучати клієнтів і залишатися в лідерах. З загальної картини хіба що вибивається сервіс «Таксер», який позиціонується в першу чергу як сервіс для малого бізнесу.

Таблиця 1.

Функціональні можливості вітчизняних сервісів онлайн-бухгалтерії.

Функціональні можливості	Інтернет-сервіси				
	iFin	Таксер	MoneyPenny	Деловод	1С онлайн
Внесення первинних документів	+	+	+	+	+
Облік касових операцій	+	-	+	+	+
Облік банківських операцій	+	-	+	+	+
Складський облік	+	-	+	+	+

Кадровий облік та розрахунок заробітної плати	+	-	+	+	+
Торгівля та послуги (формування накладних, актів, рахунків-фактур та інших документів)	+	-	+	+	+
Формування бухгалтерських проведення	+	-	+	-	+
Формування управлінської звітності	+	-	+	+	+
Формування регламентованої звітності	+	+	+	+	+
Подання електронної звітності до контролюючих органів	+	+	-	-	+
Вбудований календар звітності	+	+	+	+	+
Мобільний додаток	-	-	-	-	-
Професійні консультації	+	+	+	+	+

Найбільшого поширення бухгалтерські інтернет-сервіси здобули серед суб'єктів середнього та малого бізнесу. Саме ці форми організації підприємницької діяльності становлять основу економіки в сучасному світі. Поява нових, функціональних інструментів, що полегшують ведення бухгалтерського обліку є важливим етапом розвитку бізнесу, а відтак і економіки в цілому. Зі слів надавачів подібних інтернет-послуг можна зробити висновок, що основними споживачами розроблених ними сервісів є підприємства сфери торгівлі. Особливо тяжіють до використання у своїй діяльності онлайн-бухгалтерії інтернет-магазини.

Що зупиняє більшість підприємств від переведення бухгалтерії в мережу Інтернет? В першу чергу, це побоювання отримання третіми особами несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації підприємства, а також втрати цінної інформації через збої в роботі сервісів. Насправді ж постачальники інтернет-послуг приділяють багато уваги захисту та збереженню даних, оскільки від цього залежить успіх їхнього продукту, а відтак і прибутки. Проте це питання є вкрай важливим і при виборі онлайн-сервісу підприємству необхідно зважати не лише на вартість і функціональність системи, але й на досвід та репутацію постачальника послуги.

Ще одним стримуючим фактором перенесення облікових процесів в Інтернет можна вважати необхідність постійного підключення до глобальної мережі. Без доступу в Інтернет користувачі не зможуть зайти в сервіс і зробити в ньому будь-які дії. Інтернет-доступ повинен бути не тільки безперебійним, але й забезпечувати необхідний рівень швидкості для комфортної роботи. Однак ця умова навряд чи сьогодні може стати суттєвою перешкодою на шляху до перенесення бухгалтерії підприємства в «хмару». Інтернет-провайтери та виробники телекомунікаційного обладнання активно працюють над тим, щоб доступ до глобальної мережі з кожним днем ставав

швидшим та надійнішим, а розвиток мобільних мереж забезпечить доступ до мережі Інтернет практично де завгодно.

Найсуттєвішим недоліком вітчизняних сервісів онлайн-бухгалтерії, який гальмує процес масового підключення підприємств до інтернет-сервісів, можна вважати вкрай невисокі можливості по налаштуванню сервісу під потреби підприємства. Якщо функціонал настільних версій програмного забезпечення можна відносно легко адаптувати під ті чи інші задачі, то з інтернет-сервісами все не так просто. Більшість онлайн-сервісів пропонують користувачам стандартний функціонал. Відмінності в налаштуваннях, в основному, залежать від типу підприємництва: для індивідуальних підприємців будуть одні можливості, для товариств з обмеженою відповідальністю - інші. Індивідуально можна налаштувати хіба що вид інтерфейсу, наприклад, колір фону, розмір і тип шрифту, вигляд таблиць та списків. Якщо ж підприємству потрібні особливі налаштування, то зробити це в онлайн-сервісах воно, швидше за все, не зможе. Варто зауважити, що західні сервіси онлайн-бухгалтерії є значно функціональнішими за вітчизняні аналоги. Для прикладу, такі сервіси як Xero і Kashoo дозволяють нараховувати амортизацію основних засобів, вести облік у декількох валютах і навіть представлені в якості мобільних додатків, що суттєво підвищує їхню конкурентоспроможність.

Перспективність розвитку і впровадження новітніх технологій визначається не лише і не стільки недоліками, скільки перевагами, які надають дані технології, а у випадку онлайн-бухгалтерії їх значно більше і вони значно вагоміші.

В сучасних умовах, можливо, найважливішою перевагою організації облікових процесів за допомогою хмарних технологій є економія коштів. Підприємству не потрібно купувати та налаштовувати сервер, платити за дороге ліцензійне програмне забезпечення, оплачувати послуги ІТ-спеціаліста. Також в окремих випадках можна знизити технічні вимоги до персональних комп'ютерів, а також зменшити витрати на організацію та підтримку локальної мережі.

Однією з важливих переваг використання подібних сервісів є відсутність необхідності для користувача бути прив'язаним до конкретного комп'ютера чи навіть приміщення. Користуючись онлайн-сервісами бухгалтерії, користувач може отримати доступ до всіх даних з будь-якого комп'ютера, на якому є Інтернет через браузер або мобільний додаток.

Будь-яке програмне забезпечення, призначене для ведення бухгалтерського обліку та подання звітності до контролюючих органів, потребує регулярного оновлення. Необхідно постійно стежити за тим, щоб всі форми, декларації та інші види документів були в тому вигляді, якого вимагає держава. При використанні онлайн-бухгалтерії всі оновлення системи здійснюється постачальником послуг.

Сучасні дата-центри, на серверах яких розміщуються програмні продукти онлайн-бухгалтерії та зберігаються дані господарської діяльності

підприємства, забезпечують високий рівень захисту. Зберігаючи всі фінансові дані на комп'ютерах власної локальної мережі, підприємство значно збільшує ризики втратити ці дані в порівнянні з використанням бухгалтерських онлайн-сервісів. Подібні сервіси працюють за принципом хмарного сховища даних, одним з основних завдань якого є забезпечення збереження розміщеної в цьому сховищі користувацької інформації. Якщо сервер, на якому містяться дані роботи підприємства, виходить з ладу, то вся інформація автоматично перехоплюється іншим сервером. Користувачі ж цього навіть не відчують і продовжуватимуть працювати далі.

Практично всі вітчизняні сервіси онлайн-бухгалтерії тією чи іншою мірою надають користувачам професійні консультації по користуванню сервісом, а наявність вбудованого календаря звітності не дозволить бухгалтеру забути вчасно здати звіт. Розвиток практично будь-якого інтернет-сервісу сьогодні неможливо уявити без мобільних версій. Мобільні версії сервісів адаптовані саме під перегляд даних з мобільних пристроїв і відносно невеликих дисплеїв, а кількість користувачів, які використовують Інтернет-сервіси через мобільні додатки стрімко зростає з року в рік. Жоден з вітчизняних сервісів онлайн-бухгалтерії сьогодні не в змозі запропонувати користувачам повноцінний мобільний додаток, проте розробка таких додатків є лише питанням часу.

З огляду на переваги, які підприємство може отримати при переході на використання онлайн-бухгалтерії, дані сервіси можна з упевненістю вважати досить перспективним напрямком в сфері організації процесу ведення бухгалтерського обліку. Існує велика ймовірність того, що в майбутньому комп'ютерне програмне забезпечення може бути витіснене такими сервісами повністю. Підтвердженням цьому служить і той факт, що найбільший на пострадянському просторі виробник програмного забезпечення для обліку на підприємствах компанія «1С» сьогодні дуже активно розвиває власний інтернет-сервіс, який в кінцевому варіанті повинен повністю продублювати функції десктоп-рішень компанії, а також обрости додатковими функціями, які можливо отримати лише через мережу Інтернет.

Однак сьогодні ще зарано говорити про масову відмову від традиційних способів організації бухгалтерського обліку. По-перше, рівень функціональності вітчизняних сервісів онлайн-бухгалтерії не задовольняє повністю потреби багатьох підприємств. По-друге, існують ризики, пов'язані з безпекою даних, і вони є важливим критерієм для користувачів. Усунення цієї проблеми вимагає більш чіткого законодавчого регулювання в частині захисту персональних даних.

Освоєння нових, високотехнологічних підходів до здійснення бухгалтерського обліку позитивно впливає на бізнес-середовище та економіку в цілому. Є всі підстави вважати, що сервіси онлайн-бухгалтерії будуть розвиватися швидкими темпами, буде підвищуватися їхній потенціал у досягненні позитивного економічного ефекту для кожного окремого підприємства, а також економіки та інфраструктури в цілому.

Література:

1. 1С Онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://1c.pb.ua>
2. Гнатюк С. Л. Перспективи розвитку ринку хмарних обчислень в Україні: переваги та ризики. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1191>
3. Голячук Н.В. переваги та недоліки застосування хмарних технологій в обліку / Н.В. Голячук // Зб. наук. пр. "Економічні науки". – Серія «Облік і фінанси». – Вип. 12 (45). Ч. 1. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2015. - С. 80-86.
4. Гудзовата О. О. Інформаційна безпека хмарних сервісів / О. О. Гудзовата // Науковий вісник ЛДУВС. – Вип. №2. - Львів: Вид-во ЛДУВС, 2013. – С. 228-239.
5. Онлайн-бухгалтерія для фрілансерів і власників малого бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moneyupenny.me/>
6. Програма для обліку Діловод [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delovod.ua/uk>
7. iFin – Облік без знань бухгалтерії, автоматичне створення звітів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ifin.ua>
8. Taxer.ua – Базові та розширені можливості сервісу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://taxer.ua/uk/features>

Рарка О. С.

PERSPECTIVES OF ONLINE ACCOUNTANCY FOR ENTERPRISES

The article considers one of the latest trends in the organization of the accounting process at the enterprise - online accounting. The advantages and disadvantages of accounting at the enterprise with the help of Internet services are analyzed, the main problems that enterprises face in the process of using this technology are highlighted. The main functional capabilities of home-produced online accounting services are analyzed.

In the process of research, the prospects of organizing the accounting process at the enterprise with the help of Internet accounting services were identified and possible ways of development of this direction were identified.

Keywords: *online accounting, cloud technologies, Internet service, organization of accounting.*

Пилипенко Соломія Миколаївна
к.е.н., ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму,
Банера Надія Петрівна
к.е.н., ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму

ТУРОПЕРАТОР І ТУРАГЕНТ: ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ОБЛІКУ

Розкрито особливості організації діяльності туроператора і турагента та їх вплив на побудову обліку. Визначено специфіку бухгалтерського обліку діяльності туроператора і турагента. Звернено увагу на визначення облікової політики, документообороту, цінової політики туристичного підприємства. Детально обґрунтовано відмінності в організації діяльності та обліку туроператора і турагента.

Ключові слова: туризм, туристична діяльність, туристична послуга туристичний продукт, туристичний агент, туристичний оператор, бухгалтерський облік, облікова політика, документооборот, цінова та податкова політика.

Постановка проблеми. Основними суб'єктами сучасного ринку туристичних послуг є туристичний оператор та туристичний агент. Діяльність цих підприємств туристичної сфери має низку особливостей, пов'язаних із технологією формування та надання туристичних послуг, структурою туристичного продукту, організаційною формою туристичної діяльності, вимогами законодавства щодо організації та оподаткування. Вищезазначені чинники, відповідно, впливають на побудову обліку на підприємствах туристичної галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням дослідження діяльності туристичних підприємств та організаційних аспектів обліку займалися такі науковці, як З.А. Балченко, С.Я. Король, Ж.А. Богданова, О.С. Височан, О.М. Гончаренко, Г.В. Блакита, Н.О. Гура та інші.

Проте досі низка суперечливих питань, зокрема розмежування організації обліку діяльності туроператора і турагента, залишається без відповідей, що підтверджує актуальність запропонованої теми і необхідність здійснення подальших досліджень у цьому руслі.

Мета дослідження. Основною метою написання статті є обґрунтування відмінностей щодо організації діяльності та обліку туроператора і турагента та їх вдосконалення.

Організація обліку туристичної діяльності залежить від особливостей, зумовлених:

- 1) видом діяльності суб'єкта туризму;
- 2) визначенням облікової політики;
- 3) документооборотом;
- 4) формами та видами туризму;
- 5) ціновою та податковою політикою туристичної фірми (рис. 1).

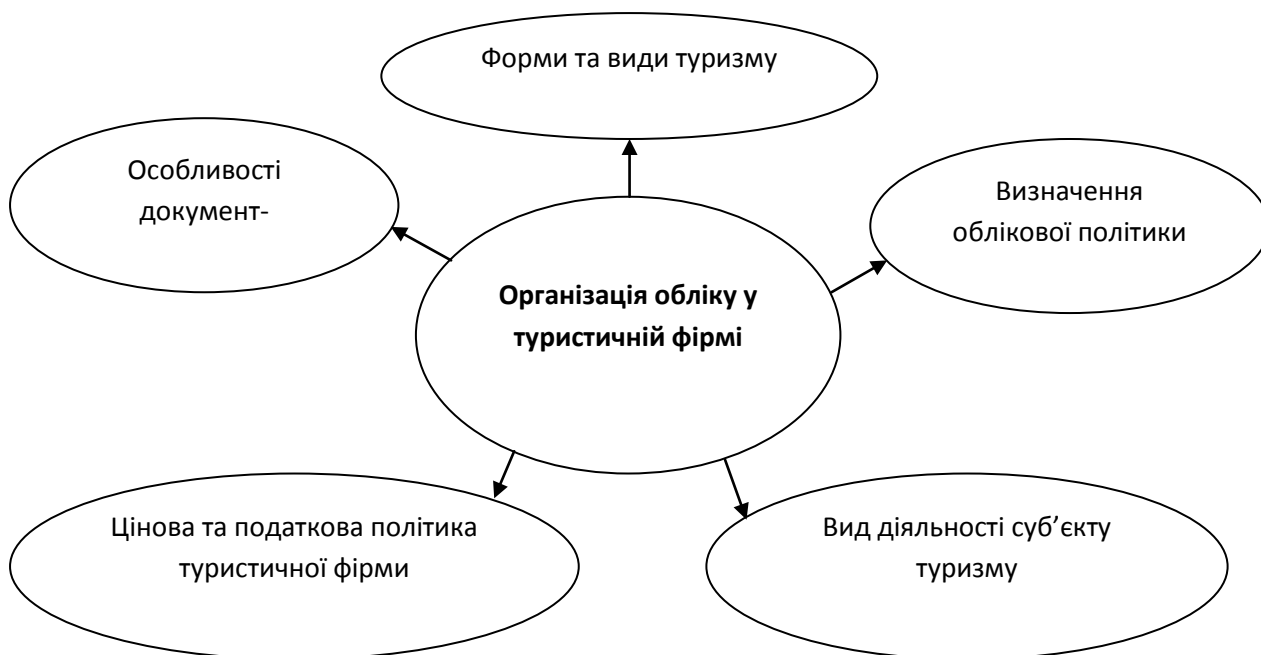


Рис 1. Організація обліку туристичної діяльності

Відповідно до Закону України «Про туризм» суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, є:

- туристичні оператори;
- туристичні агенти;
- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, а також екскурсійні, розважальні та інші види туристичних послуг;
- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;
- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

До туристичних операторів відносяться юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг і які отримали в установленому порядку ліцензію на турсоператорську діяльність.

До туристичних агентів належать юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту турсоператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг та які в установленому порядку отримали ліцензію на туристичну діяльність.

До складу інших суб'єктів належать суб'єкти, які можуть надавати послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійні, розважальні та

інші види туристичних послуг. До даної групи можна віднести перевізників, підприємства готельної індустрії, заклади харчування, страхові компанії, банківські та інші фінансові установи, а також перекладачів, екскурсоводів. Тобто, це суб'єкти, які забезпечують сам процес використання туристичного продукту.

Враховуючи положення Закону України «Про туризм» та особливості туристичної діяльності, можна виділити дві групи її суб'єктів (рис. 2).

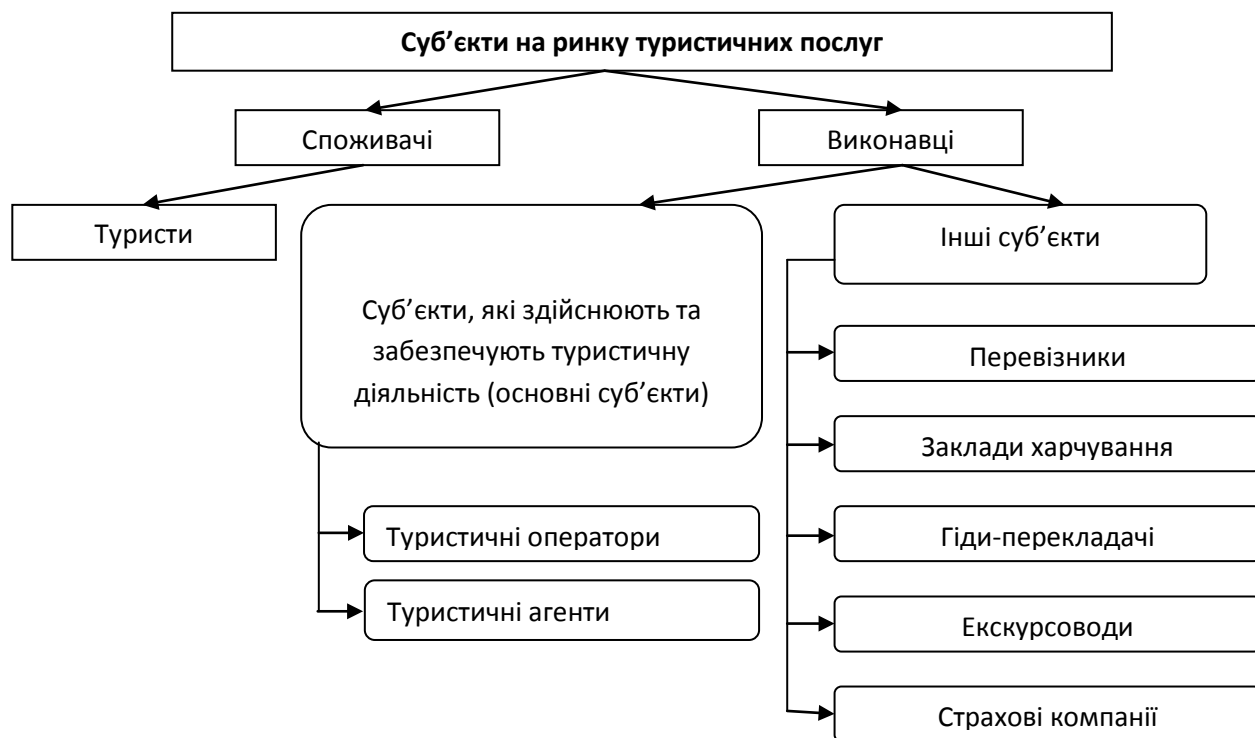


Рис 2. Суб'єкти туристичної діяльності

До першої групи таких суб'єктів віднесено споживачів туристичних послуг, до яких безпосередньо належать туристи, тобто суб'єкти, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

До другої групи включено виконавців, яких, в свою чергу, також можна поділити на дві групи: суб'єкти, які здійснюють і забезпечують туристичну діяльність та інші суб'єкти.

До суб'єктів, які здійснюють і забезпечують туристичну діяльність належать туристичні оператори та туристичні агенти.

Законом України «Про туризм» здійснено чіткий розподіл туристичних фірм на туристичних операторів та турагентів, яким надано різні можливості та, відповідно, яких наділено різними обов'язками.

Основні відмінності в організації діяльності туроператорів і турагентів подано у табл. 1.

Таблиця 1.

Відмінності в організації діяльності туроператорів і турагентів

Ознака	Туроператор	Турагент
Правовий статус особи	Лише юридична особа	Юридична особа або фізична особа-підприємець
Розмір суб'єкта	Як правило, більший, ніж турагент. Структуру можуть формувати декілька філій, утворюючи агентську мережу	Менші за розмірами туристичні підприємства. Складаються, як правило, з одного офісу, або можуть мати 2-3 філії
Вид діяльності	Туроператорська та турагентська діяльність	Турагентська діяльність
Напрямок діяльності	Формування, просування та реалізація турпродукту	Просування та реалізація сформованого туроператором турпродукту, рекламно-інформаційні та інші послуги
Відношення до створення туристичного продукту	Самі розробляють та створюють комплекс послуг для туристів	Виступають у ролі посередників, реалізуючи сформований туроператорами туристичний продукт
Процес просування (розподілу) туристичного продукту	Виступає оптовим продавцем	Виступає роздрібним продавцем
Ліцензія	Потрібна	Не потрібна
Приналежність туристичного продукту	Наявність запасу турпродукту для продажу	Придбання турпродукту у туроператора при наявності купівельного інтересу
Обмеження	Загальний розмір частки в статутному капіталі інших туроператорів не може перевищувати 20%	Не можуть укладати договори на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності
Мінімальний розмір гарантії банку або будь-якої іншої кредитної установи	Еквівалент – не менше 20000 €, для туроператора, що надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму – не менше 10000 €	Еквівалент – не менше 2000 €
Контакт із споживачами	Робота із споживачами опосередковано	Робота із споживачами безпосередньо

Отже, поділ на туроператорів та турагентів туристичних підприємств відбувається за обсягами та характером діяльності, організацією виробничого процесу цих підприємств. При цьому, туроператори є виробниками туристичного продукту, вони формують тури, розробляючи маршрути, замовляють різного роду туристичні послуги у їх безпосередніх виробників –

готельних підприємств, транспортних організацій, підприємств харчування, закладів культури, екскурсійних бюро тощо.

Туроператор найчастіше виступає як оптовий продавець, реалізуючи свої путівки за допомогою турагента на підставі договорів (агентських угод).

Одночасно туроператор може продавати свої путівки самостійно.

Турагент може бути як юридичною особою, так і фізичною – СПД, на відміну від туроператора, який обов'язково має бути зареєстрований як юридична особа.

Зобразимо процес взаємодії суб'єктів туристичної діяльності схематично (рис. 3).

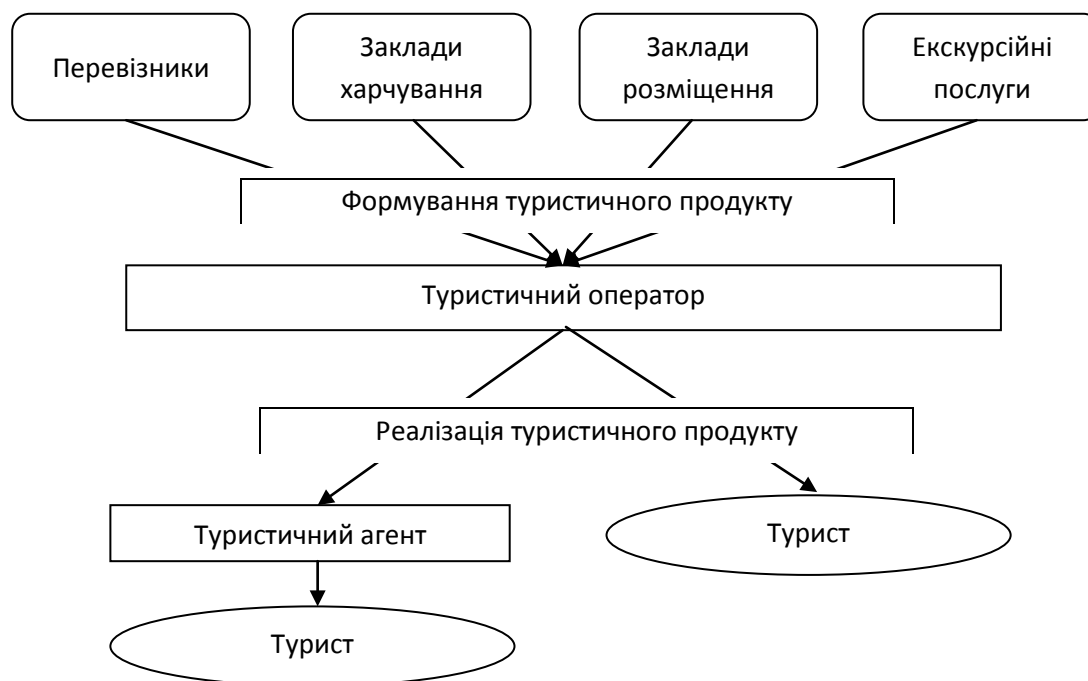


Рис 3. Зв'язок виробників послуг та їх споживачів

Одним із важливіших завдань є визначення облікової політики суб'єкта туристичної діяльності, про що так часто забувають турагенти.

Облікова політика – це організація діяльності підприємства, яка застосовується із самого початку здійснення його господарських операцій. Від складових елементів облікової політики підприємства туристичної діяльності залежить достовірне відображення господарських операцій, а, відповідно, й інформація у фінансовій звітності. Положення (розпорядження, наказ) про облікову політику розробляється на тривалий термін (мінімум на рік), тож ставитися до його розробки потрібно уважно.

Зауважимо, що від правильного розроблення положення про облікову політику підприємства залежить не лише об'єктивне висвітлення інформації у фінансовій звітності, але й аналіз діяльності підприємства загалом, прийняття рішень щодо організації роботи підприємства.

На нашу думку, брати участь у розробці такого документа повинні не тільки бухгалтерська служба на чолі з головним бухгалтером, але і керівники та засновники.

Всі складові облікової політики самостійно встановлюються підприємством, що потрібно зазначити у наказі про облікову політику.

На рис. 4 запропоновано рекомендації стосовно вибору облікової політики суб'єктів туристичної діяльності щодо основних складових (об'єктів обліку).



Рис 4. Зв'язок виробників послуг та їх споживачів

Основною одиницею документообороту є первинний документ, складений на момент здійснення операції, який засвідчує її здійснення.

Основні первинні документи в туристичній діяльності – це ваучер, страховий поліс, договір, заява, рахунок, платіжне доручення та інші супроводжуючі документи.

Документооборот підприємства туристичної сфери схематично представлено на рис. 5.

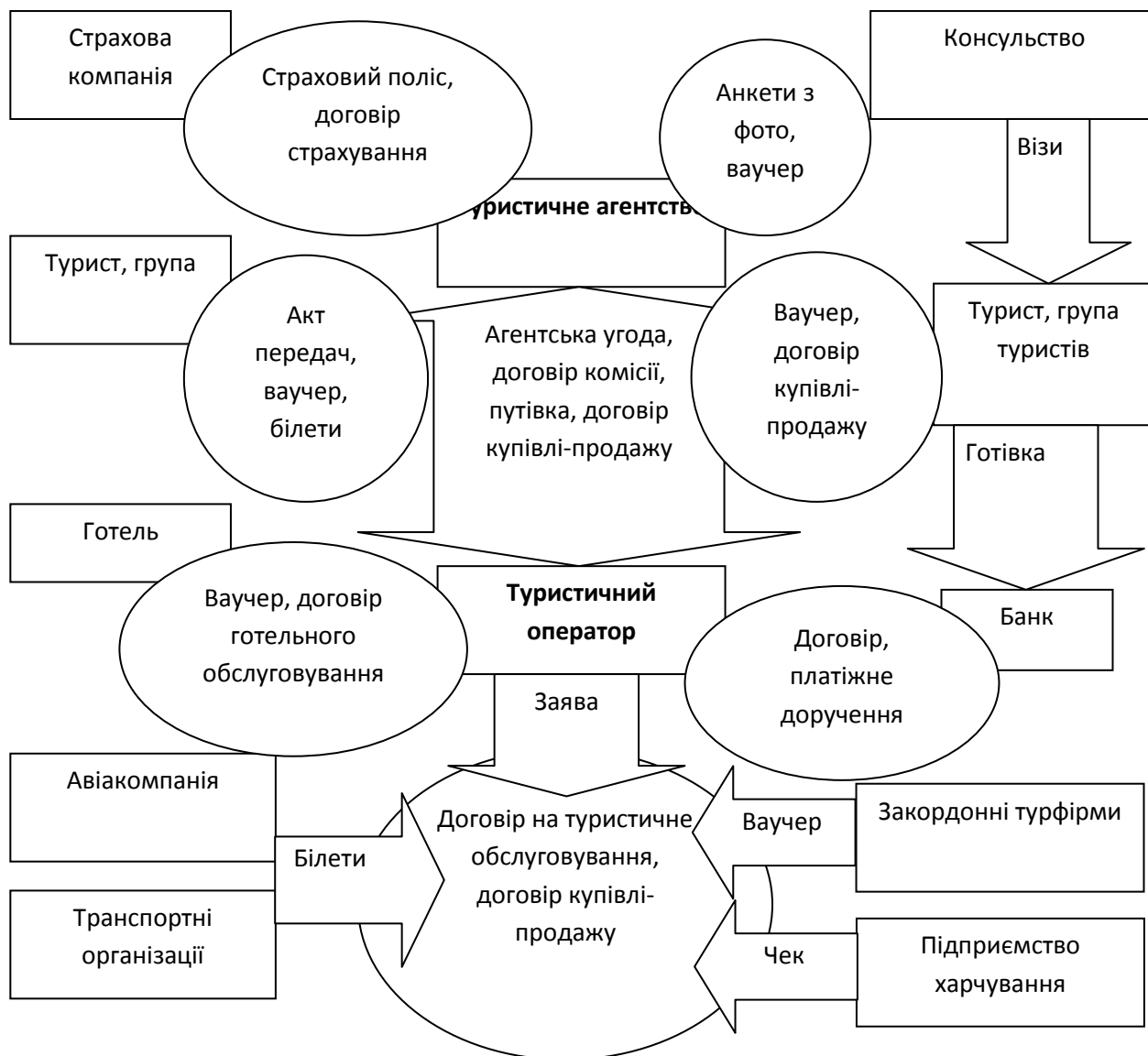


Рис 5. Документооборот туристичного підприємства

У бухгалтерському обліку суб'єктів туристичної діяльності існують чіткі відмінності від суб'єктів інших видів економічної діяльності. Існують також відмінності обліку у туроператорів і турагентів, що обумовлено їх діяльністю (табл. 2).

Таблиця 2

Відмінності в організації обліку туроператорів і турагентів

Ознака	Туроператор	Турагент
Облікова політика	Структурні складові: загальні положення; принципи оцінки і методи обліку активів, зобов'язань, капіталу, доходів та витрат; контроль за виконанням наказу про облікову політику	Наказ або положення про облікову політику часто не створюється
Форма обліку	Автоматизована, журнальна або спрощена форма	Спрощена форма
Документооборот	Чіткий порядок передачі документів між підрозділами	Складається з документів, які фіксують господарські операції

	підприємства та від зовнішніх суб'єктів	з перепродажу готового турпродукту
Рахунки обліку витрат	Рахунок 23, рахунки класу 9 або рахунки класу 9 і 8	Рахунок 23, рахунки класу 8
Умови визнання доходу	Дохід визнається, виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо результат цієї операції може бути достовірно оцінено	Немає необхідності визначати ступінь завершеності, бо послуги відносяться до посередницьких, надаються відразу в повному обсязі
Формування прибутку	Визначається як різниця між ціною придбання послуг у постачальників і ціною реалізації сформованої путівки згідно з встановленим механізмом ціноутворення	Визначається як комісійна винагорода, яку виплачує туроператор за реалізацію свого туристичного продукту
Контроль облікового процесу	Застосовується внутрішній аудит підприємства	Функцію контролю виконує керівник (директор)
Формування доходів (прибутків)	Різниця між вартістю сформованого туристичного продукту та вартістю його окремих елементів, які надаються сторонніми організаціями (транспортними, розважальними, екскурсійними організаціями, готелями, закладами харчування тощо)	Комісійні, як турагенти отримують від туроператорів за посередництво

Такі особливості та відмінності в діяльності туристичних операторів та агентів безпосередньо впливають на методика бухгалтерського відображення їх господарської діяльності. Але, існують й інші фактори, які безпосередньо здійснюють вплив на процес облікового відображення, зокрема організаційні форми туризму (рис. 6).

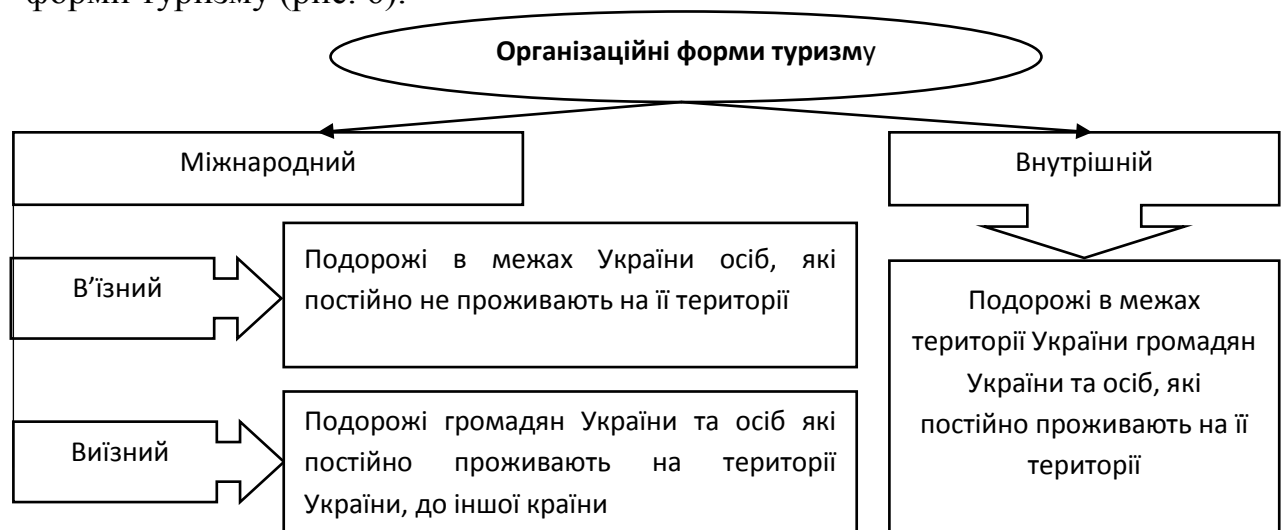


Рис 6. Організаційні форми туризму

Ефективна цінова політика робить довгостроковий, а інколи, вирішальний вплив на всю систему діяльності турфірми. Ціни свідчать про конкурентноздатність туристичних послуг і зайнятими фірмою позиціями на ринку.

Структура ціни туристичного продукту включає наступні основні елементи: собівартість, прибуток, знижки і надбавки.

Собівартість туристичного продукту містить у собі такі витрати:

- проживання;
- харчування;
- проїзд;
- зарплата екскурсовода (зазвичай туристи хочуть здійснити оглядові екскурсії, а також екскурсійний супровід в дорозі);
- нарахування на зарплату;
- екскурсійна програма (вхідні квитки, вартість екскурсій, паркування автобуса);

– ПДВ – 20% (ст. 207.5 ПКУ визначає, що базою оподаткування в разі проведення операції з постачання туристичної послуги туристичним оператором або туристичним агентом є вартість такої послуги (без урахування податку), яка дорівнює сумі винагороди (маржі) такого туристичного оператора (агента), тобто різниці між загальною сумою, що сплачується їх покупцем (без урахування податку), та фактичними витратами туристичного оператора з проведення оподатковуваних операцій з постачання товарів/послуг, вартість яких включається до вартості такої туристичної послуги, а для туристичних агентів – вартість туристичного ваучера (путівки), придбаного в туристичного оператора, крім туристичних агентів, які діють у цій операції як посередники).

Додатково до собівартості пакету послуг ціна повинна також включати нормативний дохід туристичної фірми, що призначений для покриття її власних витрат і формування прибутку. До витрат фірми входять витрати на заробітну плату персоналу, оренду службового приміщення, зв'язок, електроенергію, комунальні послуги, амортизацію устаткування, маркетинг, рекламу, відрядження, представницькі заходи, сплату внесків, зборів, податків і ін. Усі ці витрати повинні бути з великою точністю підраховані і враховані в цінах продаваних турів. Звичайно туристичні фірми визначають норматив доходів у розмірі визначеного відсотка, наприклад 15–20% до собівартості запланованих цін).

При значних обсягах бронювання інших туристичних послуг (харчування, автобусні перевезення) туристичні фірми одержують істотні знижки, які дозволяють їм виходити на ринок з досить помірними і конкурентноздатними цінами.

Кінцева ціна реалізації турпродукту (тобто ціна, по якій турист купує тур в агентської фірми) відрізняється від ціни туроператора надбавками і знижками.

Туристичні агенти самі не виробляють туристичні послуги. Вони виступають тільки як гуртові або роздрібні посередники між виробниками і споживачами. Для туристичних агентів собівартість турпакету визначається як сума цін на послуги, законтрактовані в їхніх постачальників і включені в цей пакет. Туристична фірма не може продавати свої пакети послуг за цінами нижче їхньої собівартості, тому що в цьому випадку її діяльність стане збитковою.

Надбавка – агентська винагорода за виконання визначених послуг, пов'язаних з кінцевою реалізацією турпродукту.

Знижки застосовують у наступних випадках: при завчасній оплаті (більш ніж за три місяці) турагентство може застосовувати знижки або поетапну оплату послуг; при придбанні авіаквитків по договорах доручення клієнтів, за допомогою чого зменшується вартість власне послуг, що входять до складу турпродукту; групові знижки для турагентств і агентів за відправлення групи туристів; для окремих категорій туристів (діти до 7 років – 50%, школярі – 40%, молодята тощо).

Підводячи підсумки вищесказаного, варто зазначити, що туроператор і турагент мають деякі особливості організації їх діяльності і обліку, що зумовлені видом діяльності суб'єкта туризму, визначенням облікової політики, документооборотом, формами та видами туризму тощо.

Врахування особливостей організації їх діяльності і здійснення обліку кожним з суб'єктів туристичної діяльності дозволить правильно організувати бухгалтерський облік, підвищити ефективність туристичної діяльності та досягти максимальних прибутків.

Література

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.
3. П(С)БО 15 «Дохід»: Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.99 р. № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0860-99>.
4. П(С)БО 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.99 р. № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/go/z0027-00.
5. Балченко З.А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України : навч. посібн. / З.А. Балченко. – К. : КУТЕП, 2006. – 232 с.
6. Богданова Ж.А. Бухгалтерський облік і контроль туристичної діяльності : автореферат дисерт. на здобуття наук. ступ. к.е.н.; спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Ж.А. Богданова. – Ж. : ЖДТУ, 2011. – 20 с.
7. Гура Н.О. Облік видів економічної діяльності : підручн. / Н.О. Гура. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 392 с.
8. Момонт Т.В. Особливості організації бухгалтерського обліку підприємствами туристичної сфери / Т.В. Момонт // Вісник ЖДТУ. – 2014. – №1(67). – С. 34-40.

TOUR OPERATOR AND TRAVEL AGENT: THE FEATURES OF THE ORGANISATION OF ACTIVITIES AND ACCOUNTING

The features of the organisation of tour operator and travel agent and their impact on the construction of accounting are revealed. The specificity of the accounting of the activities of tour operator and travel agent is defined. Attention is paid to the determining of the accounting policy, document circulation, pricing policy of tourist enterprise. The differences in organisation of the activities and accounting of tour operator and travel agent are worked out in details.

Keywords: *tourism, tourism activity, tourism service tourism product, travel agent, tour operator, accounting, accounting policy, document circulation, pricing and tax policy.*

Погребняк Людмила Володимирівна

к.е.н., доц.

Савіцька Наталія Володимирівна

к.е.н., доц.

Мельник Христина Богданівна

студентка 5 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини»

Львівський інститут економіки і туризму

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Розглядається сутність конкурентоспроможності, конкурентні переваги готельного підприємства та запропоновані шляхи підвищення конкурентоспроможності за рахунок розробки та проведення рекламної компанії, збільшення номерного фонду, розширення додаткових послуг, дотримання технологічних стандартів, удосконалення управління персоналу готелю, підвищення культури обслуговування.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, туристична індустрія, готельне господарство, методи оцінки.*

Конкурентоспроможність – багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, економічним, технічним, естетичним, ергономічним характеристикам, але і по комерційним та іншим умовам його реалізації (терміни постачання, ціна, канали збуту, сервіс, реклама).

Відомо, що якщо система не розвивається, то вона гине. Це повною мірою стосується готелів. Звичайно, мова йде не про фізичну загибель, а про те, що готель може стати неспроможним, тобто буде змушений припинити функціонування в якості господарської одиниці у зв'язку з відсутністю необхідних ресурсів для здійснення своєї діяльності.

У сучасних умовах розвитку індустрії туризму готельний бізнес характеризується високим рівнем конкуренції. Власникам незалежних готелів дедалі складніше конкурувати із великими готельними мережами у завоюванні та збереженні споживачів, ефективно вирішувати проблеми управління персоналом і укладати контракти із постачальниками, відповідати на нові виклики конкурентного середовища – особливо стосовно технологічних інновацій, які стають складовою продукту [1, с. 49].

Готельне господарство як матеріально-технічна база туристичної галузі значною мірою впливає на рівень туристичного сервісу і формування туристичної інфраструктури, а також визначає вид, особливості та якості туристичного продукту [2, с. 23]. На ефективне функціонування готельного господарства впливають як позитивні, так і негативні зміни в економіці. А воно, своєю чергою, суттєво впливає на розвиток сфер бізнесу, культури та відпочинку [3, с. 82].

У Концепції розвитку туризму до 2022 року [1] зазначено необхідність створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів за умови збереження екологічної рівноваги та культурної спадщини.

Питання оцінки конкуренто-спроможності розглянуті у працях Г. Азоєва, М. Долішнього, О. Кузьміна, Й. Петровича, А. Татаркіна, Р. Фатхутдінов, Л. Чайнікової, Н. Чухрай, Л. Шеховцевої та інших. Проблеми оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії розкриті недостатньо і потребують подальшого опрацювання, що і визначило актуальність цієї роботи.

Сьогодні в Україні дуже мало компаній, які керують мережею готелів, і єдиних мережних брендів. Більшість операторів керують одним готелем - на відміну від країн Заходу, де функціонують величезні готельні мережі (напр., Маріотт, Ритц, Редіссон, мережа мотелів Вінгейт Інн), що включають сотні готелів по усьому світі. Однак мережний принцип розвитку готельного бізнесу все-таки буде застосований в Україні, як вітчизняним інвестором, так і власне іноземними мережами, що незабаром прийдуть в Україну.

У забезпеченні сервісу в мережі готелів, так само як в одиничному готелі, незалежно від його "зірковості", важлива ретельна стандартизація послуг, контроль виконання стандартів, мотивація персоналу до якісного обслуговування клієнтів, система навчання персоналу і комунікацій з персоналом у контексті якості сервісу - усе, що позначається як "система сервіс-менеджменту". І, як у будь-якій великій сервісній структурі, моніторинг виконання стандартів сервісу - Mystery Shopping - є ключовою частиною цієї системи.

В своєму становленні готельний ринок України зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є слабкість внутрішньої конкуренції (що пояснюється відсутністю вільних засобів і високими податковими ставками, через що складно забезпечити економічну стабільність, максимізувати прибутки, підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг) і відсутність могутніх міжнародних готельних мереж. Показник низької конкурентоспроможності готельних послуг формується рівнем ціни і якістю послуг. Через високі податкові ставки (готельний збір) готелі вимушені встановлювати високі ціни. Ставки готельного збору для готелів різних категорій в Україні відрізняються. Ціни визначаються умовами конкуренції, станом і співвідношенням попиту і пропозиції.

Необхідно зазначити, що підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств пов'язано, насамперед, з можливістю її оцінки. На даному етапі відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності організації.

У розвинених країнах застосовують методики, що мають переважно конкретно-економічний, кількісний характер. Вони базуються на системному аналізі фірми, відображають її діяльність за всіма провідними параметрами (в тому числі аналіз ефективності використання ресурсів і рентабельності виробництва, аналіз стійкості функціонування організації тощо).

Застосування такої системи показників для виявлення рівня конкурентоспроможності готелю є не зовсім прийнятним, так як більшість розрахункової базової інформації складає комерційну таємницю підприємств. Більш ефективно у вітчизняних умовах господарювання в основу оцінки рівня конкурентоспроможності готелю закласти такі показники, як якість, ціна, рівень обслуговування, імідж та ін. [4].

Найбільш простими, зрозумілими й доступними методами, що не вимагають використання спеціальної документації про діяльність готельних підприємств, є:

- 1) метод складання карти стратегічних груп конкурентів;
- 2) метод, заснований на визначенні ринкової частки;
- 3) метод балів;
- 4) графічний метод – побудова багатокутника конкурентоспроможності;
- 5) метод рангів;
- 6) метод порівняльних переваг.

Також для оцінки рівня конкурентоспроможності готельних підприємств можливим є використання методів, зазначених у таблиці 1.

Таблиця 1

Можливі методи оцінки конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії

№	Найменування методу	Характеристика	Можливість застосування для готельних підприємств
1	SWOT-аналіз	Дозволяє проаналізувати слабкі й сильні сторони підприємства, потенційні небезпеки й загрози, виявити існуючі можливості для розвитку	Можливо в повній мірі
2	Профіль полярностей	В основі методу лежить визначення показників, за якими підприємство випереджає або відстає від конкурентів	Показує напрямки, на які повинне звернути увагу керівництво готелю для виживання в конкурентній боротьбі
3	Метод експертних оцінок	Заснований на узагальненні думок фахівців-експертів про ймовірність ризику	Допомагає отримати інформацію, необхідну для вироблення управлінського рішення
4	Метод «4Р»	Дозволяє дати кількісну оцінку окремих факторів і всіх факторів у цілому. Заснований на порівняльному аналізі підприємств конкурентів за наступними факторами: продукт, ціна, просування на ринку, регіон і канали збуту	Дозволяє гнучко реагувати на зміни й зміцнювати власні конкурентні позиції
5	Оцінка на базі якості продукції	Даний метод складається в зіставленні ряду параметрів продукції, що відображають споживчі властивості	Дає можливість одержати ряд «параметричних» індексів, що характеризують ступінь задоволення потреби в готельних послугах

** Таблиця складена автором за матеріалами: [5, с. 500-502]*

Конкурентоспроможність готельних підприємств треба оцінювати комплексно за всіма критеріями й напрямками діяльності, отже, можливе застосування декількох методів одночасно.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства представлено на рисунку 1.

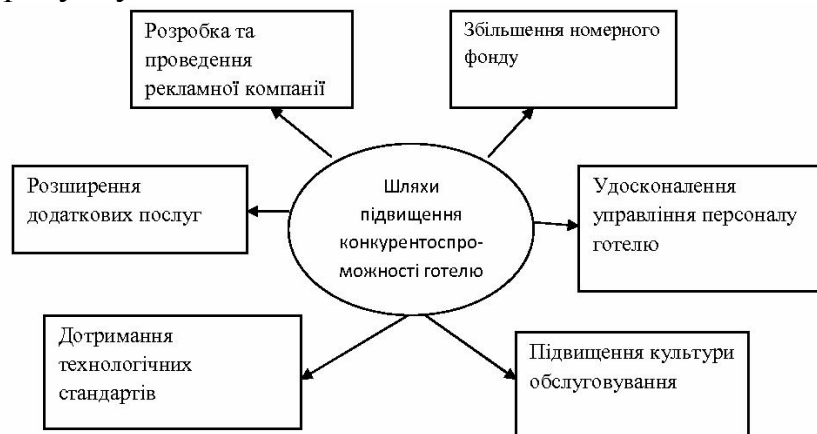


Рис.1. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства

Організацію комфортних умов і гостинності, можна досягти через дотримання технологічного стандарту, який передбачає виконання технологічних та функціональних вимог. Технологічні вимоги ґрунтуються на планувальній і функціональній організації технологічного процесу, дотриманні технологічних інструкцій та правил обслуговування. Підвищення якості матеріально-технічної бази готелю, використання сучасних технологій в діяльності та їх уніфікація, оптимізація організаційної структури управління готелем буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності готелю.

Умови надання послуг та процес обслуговування клієнтів є визначальними параметрами гостинності, яка орієнтована на формування позитивного іміджу готелю у споживачів. Зусилля керівництва, спрямовані на розширення асортименту послуг, їх відповідності потребам і вподобанням споживачів, а також підвищення їх якості, дають можливість готельному підприємству бути конкурентоздатним на ринку готельних послуг. Але з урахуванням того, що і споживач, і обслуговуючий персонал є частиною послуги внаслідок того, що процес її виробництва і споживання співпадають, особливого значення набувають особисті якості обслуговуючого персоналу та його участь в процесі обслуговування.

Професійність персоналу та його здатність надавати послуги у визначеній якості та відповідно до вимог споживачів, може забезпечити конкурентну перевагу готельного підприємства.

Слід зазначити, що підприємство піклується не тільки про залучення уваги ринку до свого готелю, але й про форми фізичного представлення свого продукту споживачам. У готельному бізнесі продукт не має речової форми, що обумовлює пошук різноманітних шляхів забезпечення клієнтів інформацією про свій продукт, а також використовують з метою реклами

деякі пов'язані з подорожжю відчутні речі, наприклад, брошури, квитки і ваучери, страхові поліси, путівники та ін.

Граючи головну роль у всій комунікаційній системі, реклама одночасно інформує про підприємство і її продукт, переконує потенційних покупців зупинити свій вибір на даному готелю і її послугах, підсилює впевненість в існуючих клієнтів у своєму виборі.

Перший захід, щодо підвищення конкурентоспроможності готелю передбачається здійснити шляхом збільшення номерного фонду готелю. При збереженні рівня завантаження готелю захід по збільшенню номерного фонду дозволить підвищити конкурентоспроможність готелю за рахунок зниження вартості номера.

Другий захід, щодо підвищення конкурентоспроможності передбачається здійснити за допомогою проведення рекламної кампанії готелю. Проведення рекламної кампанії матиме позитивний вплив на просування готельних послуг на туристських ринках, збереження свого сегменту ринку і завоювання нових клієнтів.

В якості третього заходу пропонується збільшення кількості працівників, що підвищують кваліфікацію. Даний захід щодо підвищення кваліфікації персоналу дозволяє готелю також отримати додатковий прибуток[7, с.125]

Розширення спектру додаткових послуг дозволить готельному підприємству залучити нових клієнтів і підвищити рівень конкурентоспроможності в порівнянні з активними конкурентами.

Таким чином, слід зазначити, що впровадження в життя запропонованих заходів та рекомендацій в готелях дозволить покращити управління персоналом, підвищити рівень конкурентоспроможності послуг порівняно з конкурентами, що безпосередньо вплине на результати діяльності готелю, допоможе підвищити якість надаваних послуг в готелі та залучити більшу кількість клієнтів.

Література:

1. Концепція розвитку туризму до 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>
2. Рентч М. С. Преимущества брендинга отелей / М. С. Рентч // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 3. – С. 48–50.
3. Козлова Т. “Лицо” сетевых отелей / Т. Козлова // Новости турбизнеса. – 2005. – №22. – С. 23.
4. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / Г.Б.Мунін, А.О.Змієв, Г.О. Зінов'єв, Є.В.Самарцев, О.О. Гаца ; за ред. С.І. Дорогунцова. – К.: Ліра-К, 2005. – 156 с.
5. Захарова И.А. Исследование конкурентоспособности предприятия сферы гостеприимства / И.А. Захарова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statist_tourism/zaharova.htm.
6. Леонт'єва Ю.Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств /

Ю.Ю. Леонт'єва, К.А. Рудакова // Науково-технічний збірник. – 2012. – №102. – С. 499-503.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. /Л.І.Нечаюк, Н.О. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.
8. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / [КлименкоС. М., Дуброва О. С., Барабась Д. О. та ін..]. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с

*Pogrebnyak L.V.
Savitska N. V.
Mel`nyk Kh. B.*

WAYS OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF HOTEL ENTERPRISES OF UKRAINE

The essence of competitiveness, the competitive advantages hospitality company and suggests ways to improve competitiveness through the development and the advertising company, increasing accommodation facilities, expansion of additional services, compliance technical standards, improving the management of the personal departure and service culture.

Keywords: *competitiveness, tourism industry, hotel industry, evaluation methods.*

Прасул Юлія Іванівна, к.г.н., доцент,
Овчаренко Ганна Юріївна, студент
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ І ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проаналізовано поняття туристичного іміджу та чинники, які на нього впливають. Визначено геотуристичні образи України, що можуть сформувати конкурентоспроможний туристичний бренд країни та її регіонів, на основі чого проведено категоризацію адміністративних областей України. Аналіз результатів опитування та територіальної структури туристичних ресурсів Харківської області дозволив сформува сучасний туристичний образ окремих адміністративних районів Харківської області, визначити їх невідповідність в окремих випадках наявному туристичному потенціалу.

Ключові слова: туристичний імідж, туристичний образ території, Україна, Харківська область, популярність туристичних об'єктів.

Вступ. Одними з характерних рис сучасного розвитку економіки держави є її ринковість, всеохопленість, різноманітність. Відповідно до цього з'являється необхідність формування конкурентоспроможного напрямку діяльності, який визначить її статус у світі, додаткову увагу до регіонів, збільшення інвестиційних потоків [4].

Туризм у багатьох країнах (до речі, бідніших за Україну) виступає потужним джерелом прибутку. Формування туристичного образу території з подальшим його впровадженням є одним із шляхів активізації інвестиційно-інноваційного розвитку туристичної галузі економіки України. Одним із засобів підвищення туристичної конкурентоспроможності території у боротьбі за потенційних відпочиваючих та подорожуючих має бути створення властивого лише їй своєрідного, унікального, автентичного, яскравообразного іміджу, що легко асоціюється з територією і запам'ятовується.

Найчастіше рішення про здійснення подорожі залежить не від володіння вичерпною інформацією про територію, а від сформованих образів у засобах масової інформації (у першу чергу в мережі), відгуків туристів, незалежно від того чи відповідають вони дійсності, чи ні. В умовах глобальної інформації негативний портрет території або відсутність портрету взагалі може знівелювати зусилля щодо розвитку туризму, особливо, якщо мова йде про в'їзний туризм і надходження неабияких валютних прибутків. Таким чином, імідж держави, у тому числі і туристичний, необхідно розглядати як стратегічний ресурс розвитку території в цілому та конкретно туризму.

Вихідні передумови. Питання формування туристичного образу та іміджу території постає у науковій літературі все частіше. Цією проблемою обіймаються економісти, географи, туризмознавці, правознавці, маркетологи,

менеджери, фахівці інших спеціальностей. Результатом цих досліджень завжди є виявлення актуальності і своєчасності постанови даного питання на порядок денний, необхідності пошуку шляхів формування туристичного продукту через характерні особливості території і навіть з'являються ідеї його штучного створення. Серед останніх публікацій, де висвітлено комплексно (а не окремими аспектами) погляд на ці проблеми, є праці колективу авторів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна [5], дисертаційні роботи О. Ф. Горохова [1], Е. О. Василько-нової [2] тощо. Дане питання не обминуло і навчальний процес підготовки фахівців туристичної галузі. Все частіше у той чи іншій мірі постають питання туристичного іміджу у навчальній літературі [3, 7]. Активізувалися науковці і у висвітленні даної проблеми у наукових статтях та під час роботи конференцій. Але залишається недостатньо вивченим питання практичного визначення туристичних образів окремих адміністративних одиниць України. Бо саме через них може бути сформований конкурентоспроможний туристичний імідж України як різнобарвної, самобутньої, автентичної, привабливої, гостинної, безпечної у всіх відношеннях країни.

Мета статті – визначити можливості формування туристичного іміджу України та її окремих адміністративних одиниць з подальшим пролонгуванням на територію регіонального рівня, зокрема Харківську область.

Виклад основного матеріалу. Для більшості країн (у тому числі і європейських) сьогоденні уявлення про Україну є неповними, фрагментарними і переважно негативними, що сформовані в основному через новини з політичної сфери та економічних проблем. В очах більшості країн Україна є державою з нестабільним політичним та економічним становищем, з низьким рівнем культури і сприймається як небажана територія для подорожування [6]. Думка ж про репутацію України як туристичної держави практично не сформована. У багатьох мешканців інших країн не виникає жодних асоціацій з Україною як туристичною дестинацією.

Україна, яка багата на природні туристичні об'єкти, має значний соціокультурний потенціал, характеризується гостинністю та відкритістю, не претендує зараз на пошвавлення в'їзних туристичних потоків. Саме тому останнім часом дуже гостро постало питання щодо формування туристичного іміджу України в цілому та окремих її регіонів зокрема.

Під туристичним іміджем регіону ми розуміємо (відповідно до визначення родового терміну О. В. Виханським [6]) стійке уявлення про унікальні та своєрідні туристичні ресурси території, особливості розвитку і функціонування туризму, що складається на основі інформації, отриманої про регіон з різних джерел, а також власного досвіду і вражень. Отже, можна стверджувати, що імідж регіону – це штучно створений образ, який складається у свідомості людей, що тільки цікавляться або вже відвідали дану територію. Імідж не формується сам по собі, цьому має передувати свідомо, виважена політика, спрямована на залучення іноземних туристів. У

сучасному світі «працюючий» імідж туристичної дестинації є повноцінним фактором залучення туристів нарівні з існуючим туристичним потенціалом. Це одна з характерних рис успішної, процвітаючої території.

Кожна територія сприймається людьми по-різному в залежності від їх менталітету, стилю життя, віку, способу сприйняття інформації тощо. Одна і та сама територія може сприйматися таким чином як притягальна, так і як відштовхуюча. Індивідуальні оцінки людей на перший погляд є суб'єктивними, але, проаналізувавши їх, можна виявити певні територіальні особливості та пріоритети, визначити особливості сприйняття регіонів, які є основою формування регіональних перцепційних стереотипів. Звісно ж що регіони можуть мати позитивні або негативні перцепційні стереотипи.

Створивши перцепційні «портрети» регіонів у сфері туризму, можна визначити рівень туристичної привабливості регіонів. Це дозволить сформувати певні заходи регіональної політики для поліпшення іміджу регіонів, підвищити рівень популярності і конкурентоспроможності.

На основі аналізу туристичних ресурсів було розроблено туристичні візитівки окремих регіонів, що формують туристичну привабливість України (рис. 1).



Рис. 1. Туристичний образ України (масштаб зменшено)

Кожна з областей України може похизуватися певними неповторними туристичними пам'ятками, для окремих областей характерні декілька туристично-привабливих об'єктів, з яких було обрано найбільш ключовий, брендовий, обов'язковий для відвідування об'єкт з точки зору його перспективності. На основі аналізу електронних та друкованих джерел (у т. ч. і екскурсійних путівників), опитування, було виділено туристичні бренди, з

якими асоціюється та чи інша область України. Але, з урахуванням сучасної геополітичної ситуації, окремі регіони сьогодні стоять перед проблемою формування іміджу взагалі, не кажучи вже про туристичний імідж. Відповідно до цього можуть бути переглянуті і візитні картки таких областей. Приймаючи до уваги, що туристичний образ території має працювати одразу, слід підбирати об'єкти, які можна показувати тут і зараз. Тому при виборі об'єкта потрібно звертати увагу не тільки на його унікальність, але і стан збереженості, і транспортні під'їзди, інші об'єкти інфраструктури. Для окремих областей (як-то Вінницька, Житомирська, Рівненська) ми запропонували базовий образ, виходячи зі зростаючої зацікавленості і можливостей у найближчий час облаштування інфраструктури.

Так, можна виділити регіони, які виходять на «туристичну арену» з природними пам'ятками, що презентує Україну як екологічно безпечну, чисту, зелену країну. У цій групі можна виділити Волинську (Шацькі озера), Закарпатську (озеро Синевир), Луганську (Луганський природний заповідник), Миколаївську (парк «Гранітно-степове Побужжя»), Рівненську (пам'ятка природи «Тунель кохання»), Тернопільську (печера «Оптимістична»), Херсонську (біосферний заповідник «Асканія-Нова»), Хмельницьку (національний природний парк «Подільські Товтри»), Черкаську (національний дендрологічний парк «Софіївка»). На природній основі розвиває туризм і позиціонується Сумська область із зеленими сільськими садибами (як-то «Круглий двір»).

Ще одну суттєву групу становлять регіони, в яких природна складова органічно поєднана з історико-культурною спадщиною або інфраструктурними об'єктами, що є більш заманливим для туристів. До першої підгрупи цієї групи можна віднести Вінницьку (Бушанський скельний храм), Запорізьку (острів Хортиця) області. До другої підгрупи даної групи відносимо Дніпропетровську область з набережною у м. Дніпро, Івано-Франківську область з гірськолижним курортом «Буковель», Житомирську область з військово-оборонним підземним містечком «Скеля».

Третю групу становлять регіони, де стержневим елементом виступає історико-культурна складова туристичного потенціалу. До даної групи ми відносимо автономну республіку Крим (замок «Ластівчине Гніздо»), Київську з м. Київ (Майдан Незалежності), Львівську (Львівський національний академічний театр опери та балету), Одеську (Потьомкінські сходи), Полтавську (національний музей-заповідник українського гончарства), Чернівецьку (об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО «Резиденція митрополитів Буковини і Далмації»), Чернігівську (національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця») області.

Нечисленну групу становлять регіони, де візитною картою можуть виступати об'єкти туристичної інфраструктури та об'єкти дозвілля. Особливо у цій групі виділяється Харківська область з одним із кращих парків відпочинку у світі. Осторонь від всіх регіонів стоїть Кіровоградська

область, яка може заманювати туристів тільки завдяки своєму географічному положенню, а саме наявності географічного центру України.

Таким чином, можна побачити, що Україна має значний потенціал для формування позитивного туристичного іміджу, а деякі з областей мають уже сформований позитивний туристичний імідж (наприклад, Львівська, Київська, Одеська тощо).

У кожній області України є значна кількість туристичних об'єктів, які є унікальними та неповторними і можуть привабити туристів. Формування окремих туристичних регіонів, створення туристичних брендів у сукупності формують загальний туристичний імідж країни.

Кожна територія має безліч різноманітних туристичних ресурсів, які є бажання відобразити все одразу у своєму образі і запропонувати туристам. Але такий підхід призведе до розпорошеності зусиль, спрямованих на активізацію візних потоків. Така діяльність має поступово розширювати туристичний імідж території. Залучення більше 3-5 туристичних об'єктів території для формування її туристичного образу з подальшим іміджуванням є доцільним тільки для «класичних», вже сформованих туристичних регіонів зі сталими туристичними потоками. А на перших кроках, як Харківська область, необхідно визначитися з дуже обмеженою кількістю базових об'єктів, що будуть виступати основою і стрижнем туристичного образу. При цьому слід звертати уваги на об'єкти всіх видів: природні, культурно-історичні, дозвіллі, інфраструктурні.

На прикладі Харківської області проаналізуємо популярність окремого регіону. Харківська область багата на різноманітні туристичні об'єкти природні та історико-культурні, які можуть привабити іноземних туристів. Але невміння презентувати, подавати їх потенційним туристам як смачні родзинки, неспроможність залучити іноземних туристів (а у сучасних умовах це стало взагалі мрією) вказує на недосконалість або навіть відсутність інесформованість сучасного туристичного іміджу країни. Це підтверджується і офіційними статистичними даними за останні 15 років (рис.2).

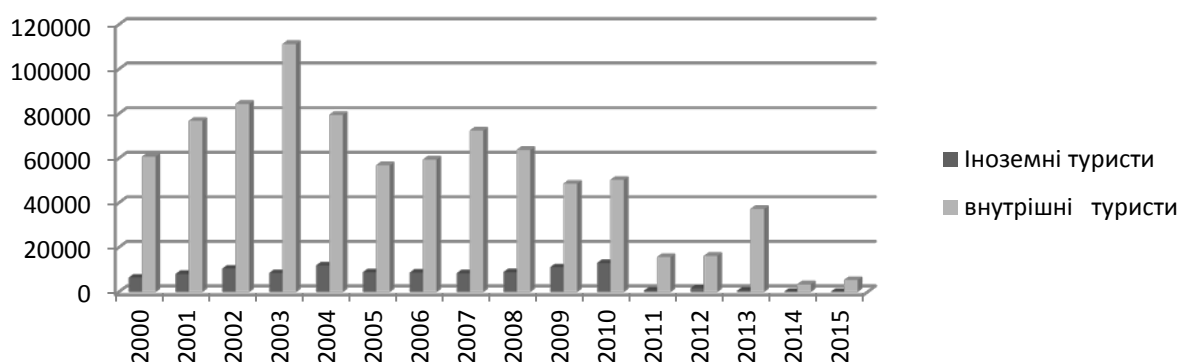


Рис. 2. Кількість іноземних та внутрішніх туристів в Харківській області за роками (за даними [8])

Аналіз туристичних потоків у Харківській області показав невідповідність та неузгодженість слабких і малочисельних туристичних

потоків зі значним, різноманітним туристичним потенціалом. Простежується зменшення кількості туристів в період 2004-2008 рр., що обумовлено суспільно-політичними причинами (політична та економічна нестабільність). У 2009 та 2010 роках відбувається збільшення туристичних потоків внаслідок економічної стабілізації. У 2011 р. простежується досить різке зменшення абсолютних кількісних показників потоків внутрішніх та іноземних туристів, що пов'язано перш за все не із скороченням обсягів туристичної діяльності, а з переходом на іншу систему обчислення кількості подорожуючих. Катастрофічна ситуація з кількістю іноземних туристів та прибутками від їх подорожування складається з 2014 р. – з часу, коли Україна (особливо її східна частина) почала в світі асоціюватися з нестабільним політичним положенням та військовими конфліктами.

Харківська область має безліч лісових масивів, мальовничі береги річок Сіверський Донець, Оскіл, Мжа, Печенізького, Червонооскільського та інших, менших за розміром, водосховищ та ставків, пересічений рельєф, сприятливі кліматичні умови як для організації літнього і зимового туризму, так і міжсезонних екскурсійних турів, нараховується більше 100 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, де можливий розвиток окремих рекреаційних та екскурсійних видів діяльності. Серед них – пам'ятки садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення «Краснокутський», «Наталіївський», «Старомерчанський», «Шарівський»[10]. Слід відмітити, що туристичний імідж окремих районів Харківської області сформований на основі саме природних ресурсів, особливо при цьому виділяється Балаклійський, Близнюківський, Сахновщинський, Печенізький, Зміївський, Кегичівський райони.

Харківська область має значний історико-культурний потенціал. Загальна кількість пам'яток історії, археології, містобудування і архітектури, монументального мистецтва складає близько 25 тис. одиниць, з них 653 пам'ятки архітектури внесено до Державного реєстру національного культурного надбання[9]. Особливо виділяються Харківський, Дергачівський, Золочівський, Чугуївський, Краснокутський райони області.

З метою отримання інформації щодо обізнаності мешканців України та сформованості у них уявлень про існуючі і найбільш привабливі об'єкти Харківської області, було проведено опитування. Участь в опитуванні взяло 400 осіб, із них 90 осіб – мешканці Харківської області.

За віком респонденти були поділені на три групи: підлітки до 18 років, молодь віком 18-35 років, дорослі віком старше 35 років на момент опитування. Молодь вікової категорії 18-35 років є більш активною і мобільною верствою населення, які на даний і у майбутньому сформуєть туристичні потоки. Саме на них і на їх тип світогляду мають бути зорієнтовані пропозиції щодо формування привабливого туристичного образу території. Відповідно, у нашому дослідженні вони значно переважають над іншими.

Із всієї кількості опитуваних 128 осіб(що складає 32% опитуваних),не змогли назвати жодного туристичного об'єкту (рис. 3). Це – жахлива ситуація, яка призведе у майбутньому до деградації суспільства.Таким чином, 28 осіб віком до 18 років, 92 особи віком 18-35 років і 8 осіб старше 35 років не знають нічого про туристичний потенціал Харківської області (без урахування м. Харків).



Рис. 3. Структура відповідей респондентів за віковими категоріями

Виявлено, що найбільш обізнаними є респонденти старше за 35 років.З отриманих відповідей можна сформувати загальну картину щодо популярності туристичних об'єктів Харківської області.

Найбільш відомими і популярними у відповідях виявилися Краснокутський (234 згадувань) і Богодухівський (120 згадувань) райони Харківської області. За кількістю згаданих об'єктів лідерами виявилися Зміївський та Краснокутський райони Харківської області. При цьому постала значна проблеми вибору візитної картки цих районів, бо дійсно переважна кількість відомих туристичних об'єктів є загальновпізнаними (табл. 1).

Таблиця 1

Сформовані туристичні образи Харківської області

Назва туристичного об'єкту	Кількість відповідей
Балаклійський район	
станція юних натуралістів	6
Богодухівський район	
Шарівський парк	120
Валківський район	
садибаШидловських	6
мисливське господарство «Рокитне»	2
Вовчанський район	
історико-археологічний заповідник «Верхній Салтів»	17
Вовчанські хутори	2
Дворічанський район	
НПП «Дворічанський»	11
Крейдяні гори	18
Дергачівський район	

Висота маршала Конєва	5
Зміївський район	
Іоносферна обсерваторія Інституту іоносфери	2
НПП «Гомільшанські ліси»	14
Зміїові гори	21
Коробові хутори	4
Золочівський район	
Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди	27
Ізюмський район	
г. Крем'янець	22
оптико-механічний завод	2
РЛП «Ізюмська лука»	4
Краснокутський район	
Краснокутський дендропарк	148
НПП «Слобожанський»	19
Наталіївський парк	47
Співаючі тераси	12
Пархомівський історико-художній музей	8
Печенізький район	
фестиваль «Печенізьке поле»	27
Печенізьке водосховище	20
Кицівська пустеля	8
Харківський район	
Авіадром «Коротич»	5
Харківська Швейцарія	7
Чугуївський район	
спортивно-оздоровчий табір «Фігуровка»	6

Ще декілька адміністративних районів області становлять золоту середину. Це такі райони, як Балаклійський, Валківський, Вовчанський, Дворічанський, Дергачівський, Золочівський, Ізюмський, Печенізький, Харківський, Чугуївський. Здавалося б, є чим похизуватися, і легко обрати базовий орієнтир формування туристичного іміджу території. Але на практиці виявляється все набагато складніше. Сформований образ адміністративного району є спотвореним відповідно до наявного туристичного потенціалу (Валківський, Чугуївський, Харківський райони). У такому разі необхідно не тільки формувати туристичний імідж району, але ще і ламати існуючий.

Переважну більшість районів респонденти взагалі не згадували як території туризму та відпочинку.

Висновки та перспективи. Проаналізувавши дані опитування, можна зробити висновок, що значна кількість жителів України не знає туристичні об'єкти Харківської області (без урахування м. Харків), навіть мешканці цього регіону. Таким чином недостатня популяризація туристичних об'єктів гальмує розвиток туризму. Наразі туристичний імідж Харківської області є досить слабким і неспроможним для конкуренції з іншими регіонами.

Саме тому, маючи значний туристичний потенціал, особливо що стосується об'єктів туристичного інтересу, є необхідність у здійсненні

спрямованої іміджевої політики країни, у підвищенні популярності України серед інших країн світової спільноти, що зможе принести інвестиції у розвиток інфраструктури (яка на даний час характеризується низьким рівнем комфортності та високою ціною категорією).

Даний образ можна використовувати як рекламну продукцію, що підвищить допитливість, а відповідно і обізнаність туристичним потенціалом регіону. Головною проблемою створення туристичного іміджу Харківщини є недостатнє представлення як бренду, відсутність інформації на внутрішніх і зовнішніх ринках. Існує нагальна потреба у всебічному інформаційно-реklamному забезпеченні існуючих та перспективних напрямків туризму.

Список використаних джерел

1. Горохов А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации : автореферат дис. ... к.экон.н. : 08.00.05 / Горохов Александр Феликсович. – Санкт-Петербург, 2007.
2. Васильконова Е. О. Управління розвитком регіону на засадах формування його позитивного іміджу : дис. ... к. екон. н. : 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / Васильконова Еліна Олександрівна. – Черкаси, 2016.
3. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник / В. К.Кіптенко. – К. : Знання, 2010. – 502 с.
4. Парфиненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона / А. Ю. Парфиненко // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга : материалы м/н науч.-практ. конф. (Белгород, 17-19 ноября 2009 г.). – Белгород : изд-во БелГУ, 2009. – Ч. 2. – С. 257-262. – Режим доступа : <http://infotour.in.ua>.
5. Туристичний імідж регіону : монографія / за ред. А. Ю. Парфіненка; Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – Харків : ХНУ, 2011. – 311 с.
6. Туристичний імідж України // В'їзний туризм : навч. посібник / П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андрєєва, ін. – Ніжин : вид-во Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с. – Режим доступа : http://tourlib.net/books_ukr/vt4-4.htm.
7. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник / Н.В.Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.
8. Головне управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://kh.ukrstat.gov.ua>.
9. Достопримечательности Харьковской области [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <https://mykharkov.info/catalog/dostoprimechatelnosti>
10. Туризм на Харківщині [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://library.kharkov.ua/>.

PREREQUISITES CREATING COMPETITIVE TOURISM IMAGE OF UKRAINE AND KHARKIV REGION

Analyze the concept of the image of tourism and factors affecting it.

Determined Geotourism image of Ukraine, which can form a competitive tourist brand of the country and its regions, on the basis of which the classification of administrative districts of Ukraine. The analysis of the survey and the territorial structure of tourism resources in Kharkiv region help to establish a modern tourist path separator administrative districts of Kharkiv region to determine their discrepancy in individual cases, the available tourism potential.

Keywords: *tourism image, tourist image of the area, Ukraine, Kharkiv region, popular tourist objects*

*Родненко Катерина Вячеславівна
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
к. геогр. наук, доцент кафедри фізичної географії та картографії*

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСТОРИКО-АРХЕОЛОГІЧНОГО МУЗЕЮ-ЗАПОВІДНИКА «ВЕРХНІЙ САЛТІВ»

В статті розглянуті особливості функціонування та рекреаційно-туристичний потенціал історико-археологічного музею-заповідника «Верхній Салтів». Охарактеризовані пам'ятки історико-культурної спадщини, що розташовані на території заповідника. Висвітлені можливості використання та збереження рекреаційного потенціалу історико-культурного заповідника.

Ключові слова: історико-культурний заповідник, рекреаційно-туристичний потенціал, природна та історико-культурна спадщина

Серед усього різноманіття заходів забезпечення сталого розвитку, особливої ваги та значення набуває діяльність з розробки комплексу завдань, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності регіонів України та реалізацію їх рекреаційно-туристичних потенціалів. Природна та історико-культурна спадщина є важливим економічним ресурсом, який забезпечує умови для розвитку туризму, залучаючи і утримуючи молодих, працездатних людей, створюючи відповідну атмосферу для підприємництва та комфортного проживання населення. Так, одним із завдань, поставлених у Стратегії розвитку Харківської області на період до 2020 року, є охорона навколишнього середовища, збереження історико-культурної спадщини та раціональне природокористування [5].

Планування розвитку регіону передбачає акцентування уваги на сфері управління територіями, де зберігається весь історико-культурний та природний комплекс спадщини. Важливим елементом охорони природних екосистем та культурних ландшафтів є історико-культурні заповідники (ІКЗ), основна мета створення яких полягає у забезпеченні збереження, відновлення, вивчення і публічного представлення цілісних територіальних комплексів культурної і природної спадщини, матеріальних і духовних цінностей в їх традиційному історичному (культурному і природному) середовищі [4].

Історико-культурні заповідники складають вагомую частину історико-культурної спадщини, при чому представляють не окремі пам'ятки, а комплекс пам'яток з усією сукупністю компонентів, які становлять культурно-пізнавальну, історичну та наукову цінність. У віданні ІКЗ перебувають музейні предмети і колекції, нерухомі об'єкти культурної спадщини, а також навколишня територія. Комплексність ІКЗ передбачає зберігання в недоторканності не тільки пам'яток історії, археології та архітектури, але і історичну територію в цілому, в тому числі унікальні

культурні та природні ландшафти, історичні міські та сільські поселення, уклад життя населення, що проживає на історичних територіях [1].

У Харківській області функціонує два історико-культурні заповідники: Історико-археологічний музей-заповідник «Верхній Салтів» (с. Верхній Салтів, Вовчанський район) та Чугуївський історико-культурний заповідник ім. І. Рєпіна (м. Чугуїв, Чугуївський район). Завдяки їх особливій історико-культурній цінності вони активно використовуються в рекреаційно-туристичній діяльності області та щорічно приймають тисячі відвідувачів з України та інших держав. Таке антропогенне навантаження та засади сталого розвитку туристичної галузі обумовили необхідність проведення досліджень з удосконалення функціонування територій історико-культурних заповідників та контролю відносин між природним середовищем та соціально-економічними системами.

На кафедрі фізичної географії та картографії Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна ведеться активна робота з дослідження туристичних ресурсів області, започатковано картографування історико-культурної спадщини, зокрема, розробка системи картографічних творів (атласів, серій карт та окремих карт різних територіальних рівнів) [3, 6]. Роботу в напрямку вивчення рекреаційно-туристичного потенціалу історико-культурних заповідників області було розпочато з території історико-археологічного заповідника «Верхній Салтів», розташованого на схилах правого берега річки Сіверський Донець на Печенізькому водосховищі у с. Верхній Салтів Вовчанського району (біля 20 км на південний захід від районного центру м. Вовчанська).

Верньосалтівський історико-археологічний комплекс та пам'ятки археології, що входять до його складу – один з найвідоміших в світі об'єктів, що презентують салтово-маяцьку культуру VIII-X ст. Він містить в собі рештки городища, де стояла кам'яна фортеця, посад і широкий поділ, на якому розташовувались селища та чотири катакомбних могильника, загальна кількість поховань в яких сягає 30-40 тисяч. З містом, що існувало тут, пов'язані селища і катакомбні та ґрунтові могильники сіл Метайлівка та Рубіжне, в яких загальна кількість поховань перевищує 5 тисяч. Понад 100 років дослідники різних країн – України, Росії, Ізраїлю, США, Австрії, Німеччини, Болгарії та Угорщини – виявляють неабияку зацікавленість в матеріалах даного археологічного комплексу. Незважаючи на це, у Верхньому Салтові та його околицях обстежено лише декілька сот поховань та частково досліджена цитадель.

Комплекс включено до державного реєстру нерухомих пам'яток України, на заповідник поширюється правовий статус пам'ятки міжнародного значення. Територія музею-заповідника належить до земель історико-культурного призначення, включається до державних земельних кадастрів, планів землекористування, проектів землеустрою, іншої проектно-планувальної та містобудівної документації та входить до охоронюваної

археологічної території, на яку розповсюджується дія Закону України «Про охорону культурної спадщини».

Загальна площа ділянки історико-археологічного музею-заповідника становить біля 211 га. та включає пам'ятки археології, історії та культури с. Верхній Салтів, с. Метайлівка та частково с. Рубіжне. Експозиція музею побудована на знахідках з розкопок салтово-маяцької культури. Серед пам'яток археології на території історико-культурного заповідника розташований комплекс: городище, селище і могильник салтівської культури VIII-X ст. (с. Верхній Салтів), селище салтівської культури VIII-X ст., могильник ґрунтовий салтівської культури VIII-X ст. (с. Метайлівка), могильник ґрунтовий салтівської культури VIII-X ст. (с. Рубіжне). Пам'ятки історії та культури представлені братськими похованнями воїнів Другої світової війни (с. Верхній Салтів, с. Рубіжне). Крім того, збереглися залишки земляних укріплень 1941-1943 рр., у с. Верхній Салтів зберігся історичний цвинтар, декілька масляничних дерев віком 300-400 років, під одним з яких за легендою поховано салтівського отамана Василя Гордієнка, сина видатного кошового отамана К. Гордієнка, ім'я якого пов'язано з гетьманом І. Мазепою.

Історико-археологічний музей-заповідник «Верхній Салтів» включений до основних туристичних маршрутів Харківської області, рекомендованих обласним Туристсько-інформаційним центром. Зокрема, заповідник відвідується в рамках маршрутів «Таємниці Сіверського Дінця (Салтівська культура)», «Легенди Вовчанщини» та «Вовчанщина – перлина Слобожанщини». Дані маршрути репрезентують різні види пам'яток в межах заповіднику та відрізняються за тривалістю (перші два тривають у межах 6-11 годин, а останній розрахований на 6-10 годин, або ж може бути дводенним). Програма маршрутів передбачає не тільки культурно-пізнавальна частинка відвідування пам'яток, а й відпочинок на природі, майстер-класи та квести [2].

На базі історико-археологічного музею-заповідника «Верхній Салтів» проводиться значна культурно-просвітницька діяльність. В рамках позашкільної краєзнавчої роботи заповідник відвідують школярі з усього Харківського регіону. Зачасту там проводяться заняття з Харківщинознавства та народознавства, на яких учнів знайомлять з побутом, ремеслами і промислами народів, що проживали на даній місцевості.

На території історико-культурного заповідника, наряду з культурно-пізнавальним, доступний та заслуговує на увагу подієвий туризм: проводяться тематичні виставки, фестивалі, фольклорні вечори, народні свята з використанням етнографічного матеріалу.

За даними співробітників, кількість відвідувачів ІКЗ інтенсивно зростає з кожним роком (рис. 1). Така тенденція пов'язана з роботою над посиленням туристичної привабливості заповідника та інформаційного забезпечення.

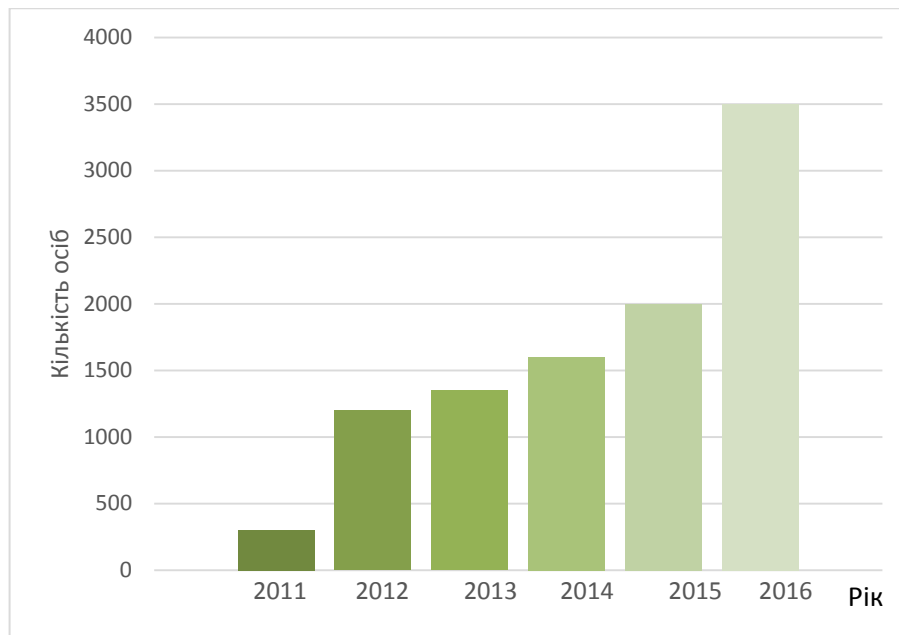


Рис. 1. Кількості відвідувачів ІКЗ «Верхній Салтів»

На нашу думку, ефективним засобом активізації туристичної діяльності та залучення туристів є укладання картографічних творів, які мають не тільки функцію популяризації, але і є науково-довідковими виданнями багатоцільового призначення. Вони дозволять узагальнити результати наукових досліджень у галузі пам'яткознавства, туризму, охорони природи, що створить єдину інформаційну базу для різних напрямків його використання на практиці. Функціонування історико-культурних заповідників потребує окремого картографічного забезпечення, оскільки наявності існуючих опорних планів недостатньо для ефективного управління, охорони, збереження і використання. Картографічні твори здатні об'єднати різноманітну інформацію про історико-культурні заповідники, надати їх просторовий опис, відомості про охоронні зони, транспорту доступність тощо.

Залучення історико-культурних заповідників у туристичну галузь передбачає розробку «класичних» туристичних карт, орієнтованих на відвідувачів, а також картографічних творів, присвячених організації рекреаційної діяльності. Передбачається, що зміст останніх формуватимуть дані про кількість відвідувачів, пункти рекреації, екологічні стежки та туристичні маршрути тощо, що в подальшому дасть змогу виявити ступінь антропогенного навантаження на історико-культурні заповідники, розрахувати потенційну (ймовірну) порушеність їх територій. Подібні картографічні твори необхідні для аналізу господарської освоєності територій історико-культурних заповідників, спостереження за змінами культурного ландшафту, для проведення аналізу змін в історико-культурному каркасі території, а також проведення хронологічної диференціації об'єктів спадщини та виділення культурно-географічних етапів розвитку простору спадщини, при оцінці логістичного потенціалу, тобто визначенні допустимого туристичного навантаження на історико-культурні заповідники. Картографічна інформація доповнюватиметься

історичними довідками про історико-культурний заповідник, текстовими нарисами, фотоілюстраціями, панорамними знімками оточуючого ландшафту тощо.

Розроблюване картографічне забезпечення історико-культурних заповідників може підвищити ефективність їх функціонування, що є важливим не тільки для Харківської області, а й для інших регіонів України. Картографічні твори мають можливість передавати картографічну інформацію про місцезнаходження, історико-культурну цінність і стан заповідників під час ознайомлення з місцевістю, проведення подорожей або екскурсій, що сприятиме розвитку краєзнавчо-туристичної діяльності, дасть змогу привернути увагу до історико-культурних заповідників, розширити кількість і географію відвідувачів, буде у нагоді всім, хто цікавиться культурою та спадщиною (краєзнавцям, туристам, працівникам науки і культури, владним структурам). Картографічний моніторинг дозволить узагальнити і систематизувати знання про історико-культурні заповідники для потреб органів управління. Практичні результати дослідження, а саме картографічні твори, можуть бути впроваджені у навчальний процес, зокрема при викладанні окремих тем краєзнавчого змісту.

Література

1. Бондар Ю. О. Історико-культурні заповідники як форма збереження національної спадщини / Ю. О. Бондар, Т. І. Шовкопляс // Всеукраїнська наукова конференція «Історичне краєзнавство в Україні: традиції і сучасність». Ч. 2. – К. : Рідний край, 1995. – С. 485-487.
2. Офіційний сайт Туристсько-інформаційного центру Харківської області. – Режим доступу : <http://tic.kh.ua/>
3. Прасул Ю. І. Наукові основи системного картографування регіонів України для потреб туризму (на прикладі Харківської області) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.12 «Географічна картографія» / Юлія Іванівна Прасул. – К., 2004. – 20 с.
4. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 8.06.2000 р. № 1805 – III // Відомості Верховної Ради. – 2000. – №39. – ст. 333; Відомості Верховної Ради. – 2005. – № 5. – ст. 114.
5. Рішення Харківської обласної ради «Про затвердження Стратегії розвитку Харківської області на період до 2020 року» : від 05.03.2015р., № 1151-VI.
6. Шпурік К. В. Регіональне картографування природної та історико-культурної спадщини (на прикладі Харківської області) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.12 «Географічна картографія» / Катерина Вячеславівна Шпурік. – К., 2015. – 20 с.

RECREATION AND TOURISM POTENTIAL OF HISTORICAL AND ARCHAEOLOGICAL RESERVE «VERXNIJ SALTIV»

The article considers the features of functioning, recreation and tourism potential of historical and archaeological reserve «Verxnij Saltiv». The monuments of historical and cultural heritage located in the reserve have been described. The possibility of using and preserving the recreational potential of the historical and cultural reserve have been determined.

Keywords: *historical and cultural reserve, recreation and tourism potential, historical and cultural heritage*

КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЯК ЕЛЕМЕНТ МОДЕЛІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Розглядаються особливості діяльності готельних господарств, що впливають на побудову бухгалтерського управлінського обліку. Виокремлено рахунки для обліку витрат на надання готельних послуг. Запропоновано статті калькуляції виробничої і повної собівартості.

Ключові слова: облік, витрати, калькулювання, готель.

Управління підприємством в умовах соціально-економічної нестабільності, що склалася в нашій країні у даний час – є непростим завданням для вітчизняних підприємців. У такій ситуації потрібно своєчасно та оперативно одержувати та опрацьовувати інформацію для прийняття управлінських рішень, від яких, в свою чергу, залежить ефективність діяльності підприємства в даний час та життєдіяльність компанії у майбутньому.

Інформаційною основою для прийняття оптимальних управлінських рішень в процесі керування основною діяльністю готелю є науково обґрунтована система управлінського обліку. Однак проведений аналіз стану бухгалтерського обліку у вітчизняних готелях показав наявність безліч проблем, які пов'язані з його організацією.

Організація та розвиток управлінського обліку, а також проблеми обліку й аналізу витрат і калькулювання собівартості продукції, знайшли висвітлення у працях українських науковців – В.І. Бачинського, Ф.Ф. Бутинця, Б.І. Валуєва, І.Р. Гавришків, Ю.А. Вериги, С.Ф. Голова, С.Я. Король, Ю.А. Моначинської, Т.І.Ткаченко, М.С. Пушкаря, Л.В. Нападовської, О.М. Чабанюк, а також зарубіжних вчених: Г.Н. Бургонової, Н.А. Каморджанової, Т.І. Кисилевич, В.Ф. Палія, О.І. Шарипової. Проте особливості господарської діяльності готельних господарств в сучасних умовах господарювання мають свій вплив на облік витрат та калькулювання собівартості послуг, тому означені питання потребують додаткового вивчення.

Готельний бізнес являє собою сферу людської діяльності, для якої на сьогодні характерний стрімкий розвиток. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази, розгалуженістю та різноманітністю мережі, якістю та обсягом послуг. Необхідною умовою для ефективної діяльності готелю є раціональна організація обліку, який відіграє роль джерела інформації про господарську і фінансову діяльність і, зокрема, управлінського обліку, що дає інформацію для прийняття управлінських рішень в реальному масштабі часу.

Слід відмітити, що основною діяльністю готелів є надання послуг, тому облік операцій з їх надання є аналогічним обліку операцій з надання звичайних послуг. Сьогодні в Україні не має галузевої інструкції, яка б стосувалася калькулювання собівартості готельних послуг. Так, витрати і собівартість готельних послуг формуються відповідно до норм П(С)БО 16.[1]

Пунктом 11 П(С)БО 16 визначено, що перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості готельних послуг установлюються самим підприємством з урахуванням методичних рекомендацій з її формування у споріднених галузях, якими встановлено склад і класифікацію витрат, наприклад Методичними рекомендаціями № 47. У бухгалтерському обліку собівартість готельних послуг формується на рахунку 23 «Виробництво», до якого можуть відкриватися окремі субрахунки, наприклад, якщо готель має окремі підрозділи (ресторан, хімчистку, перукарню тощо). З кредиту рахунку 23 собівартість готельних послуг списується на субрахунок 903 “Собівартість реалізованих робіт і послуг”. Облік інших витрат операційної діяльності готелю ведеться на рахунках 91, 92, 93, 94. Такі витрати відносяться безпосередньо на зменшення фінансового результату в період їх виникнення [2].

Калькулювання собівартості послуг є складовою системи управління витратами готельного підприємства і основою для визначення цін реалізації послуг та оцінки ефективності діяльності, роботи структурних підрозділів та апарату управління підприємством.

При калькуляції собівартості готельних послуг слід визначитися зі складом витрат, які формують мінімальний набір включених до вартості номера послуг. Частина витрат, що виникає у сегменті, прямо включається до собівартості послуг. Проте існують витрати, які виникнувши в одному сегменті, фактично включаються до собівартості іншого.

На нашу думку, доцільним є наступний перелік витрат, які включають до собівартості послуг розміщення готелю за калькуляційними статтями (рис. 1.)

В готельних підприємствах об’єктом калькулювання, як і об’єктом обліку витрат, є обсяг реалізації готельних послуг за поточний період. Але калькулювання набуває реального змісту і практичного значення лише як процес визначення собівартості певного об’єкта, тому основою калькулювання собівартості є визначення калькуляційної одиниці.

Залежно від технології та різновиду послуг, об’єктами калькулювання в готельному господарстві можуть бути [5, с.970]:

- одна ліжко-доба загалом за виробництвом;
- один номер (комплекс номерів) за окремими процесами, стадіями, переділами, фазами виробництва;
- вид робіт, послуг за структурними підрозділами підприємства.

На нашу думку найбільш відповідним об’єктом калькулювання в готельному господарстві є готельний номер в розрізі категорій.

•

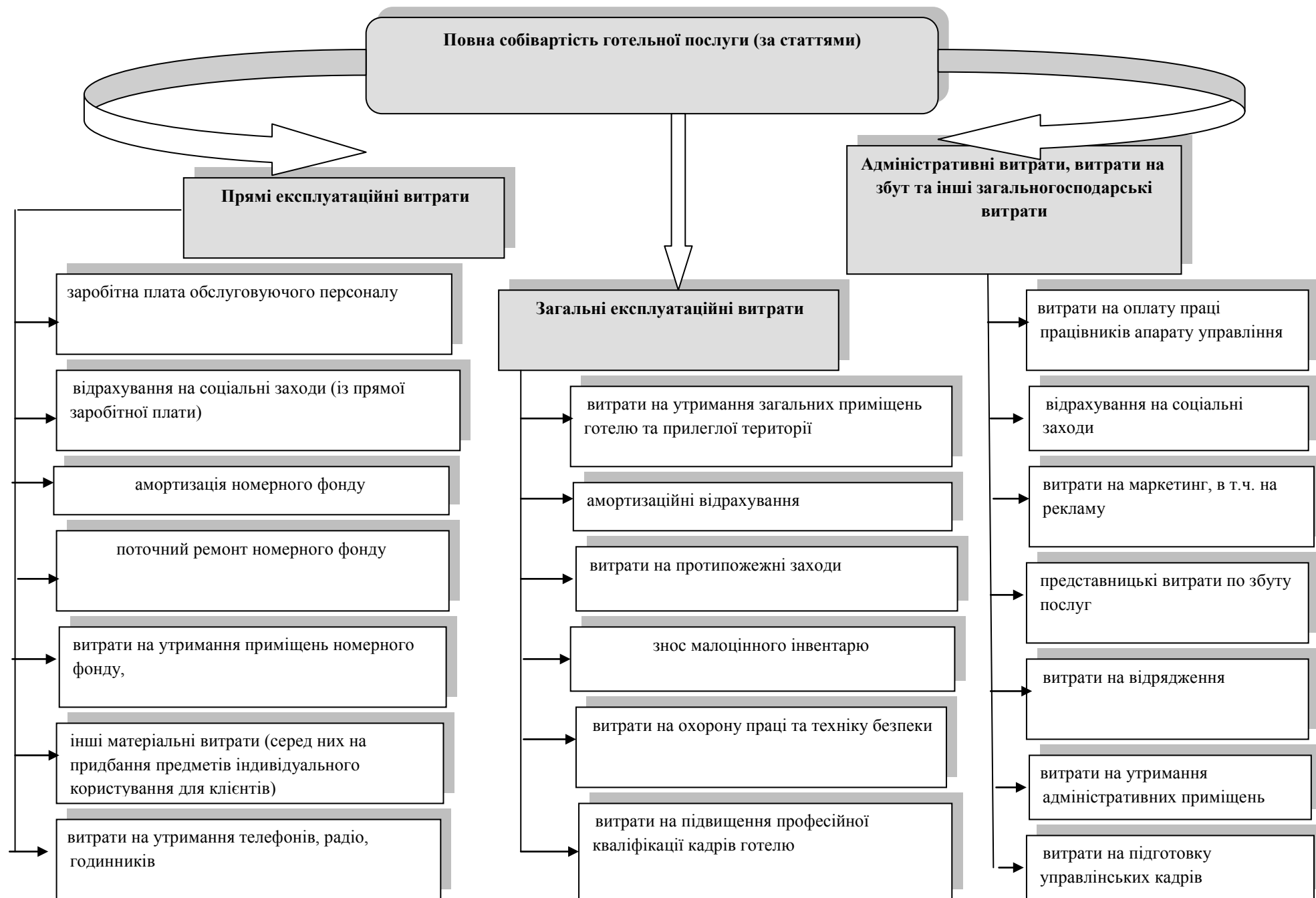




Рис. 2. Характеристика калькуляційної одиниці

В економічній літературі об'єкти калькулювання виділяються, як правило, за «продуктовою» концепцією, тобто за номенклатурою продукції, що випускається на підприємстві [3, с. 253]. відповідно до цієї концепції калькуляційною одиницею для готелів є готельна послуга.

Але послуги, що реалізуються готелем, мають різні якісні та кількісні характеристики. Якісною характеристикою є, насамперед, матеріальне вираження спожитої послуги. Кількісною характеристикою можна вважати термін дії готельної послуги (від декількох годин до 45 днів і більше). Оскільки кількісна характеристика кожної наданої послуги завжди чітко визначена, то будь-яка готельна послуга на основі часового показника може бути зведена до певної кількісної одиниці – доби або години.

Зважаючи на це, готельні послуги, що надаються, з використанням певного договору на обумовлений термін, можна звести до єдиного базового знаменника – вартості послуги за готельний номер.

Нині в Україні повна собівартість послуг також є основою розрахунку цін реалізації на готельні послуги. Але даний спосіб калькулювання має суттєві недоліки, а саме: неточність, що пов'язана з включенням у собівартість розрахунковим шляхом непрямих витрат, що є значно трудомістким і, відповідно, низько оперативним.

Необхідно зазначити, що у зв'язку з переходом української системи обліку на міжнародні стандарти, поряд із традиційними вітчизняними методами обліку витрат і калькулювання собівартості на практиці стали застосовувати зарубіжні методи обліку витрат і калькулювання, серед яких слід виділити стандарт-кост, директ-костинг, ABC.

Одним з альтернативних вітчизняному підходу до калькулювання повної собівартості є підхід, коли в розрізі об'єктів калькулювання планується і враховується не повна, а обмежена собівартість. Ця собівартість містить лише прямі або змінні витрати, тобто витрати безпосередньо залежні від зміни обсягів виробництва послуг. У цьому основна відмінна риса системи обліку „директ-костинг” (Direct-Costing-System, англ., амер.) і систем обліку сум покриття (Deckungsbeitrags-rechnung, нім.) і граничних витрат (Grenzkostenrechnung, нім.).

Основною особливістю „директ-костингу” є те, що собівартість послуг за даною системою враховується і планується лише в частині змінних витрат. Постійні витрати збираються на окремому рахунку і з заданою періодичністю списуються безпосередньо на дебет рахунку фінансових результатів, наприклад, „Фінансові результати” (рахунок 79).

Для готелю доцільно по роботі використання номерного фонду по змінних витратах оцінювати залишки нереалізованих номерів на початок і кінець звітного періоду, а по роботі в частині інших структурних підрозділів (ресторан, пральня тощо) – незавершене виробництво, тобто витрати по не реалізованих послугах.

Обмеження собівартості (маржинальна) послуг лише змінними витратами дозволяє спростити нормування, планування, облік і контроль статей витрат, кількість яких, різко зменшилася, і, як відзначає С. А. Стуков, собівартість стає „більш оглядовою”, а окремі витрати – краще контрольованими. Адже чим більше контрольованих об'єктів, тим сильніше розпорошується увага, тим слабкішим стає контроль[6. с.11].

Маржинальна собівартість визначається або як сума прямих витрат на об'єкт калькуляції, або як сума змінних витрат [4, с.160].

Через те, що в процесі обліку витрати не можна прямо пов'язати з конкретною готельною послугою, а питома вага змінних витрат незначна, визначення маржинальної собівартості готельних послуг має свої особливості.

По-перше, маржинальна собівартість конкретної готельної послуги визначається розрахунковим шляхом на основі витрат, що відповідають собівартості послуги як об'єктові обліку.

По-друге, маржинальна калькуляція включає суму виробничих витрат основних та допоміжних структурних підрозділів, яка використовується за основним призначенням, тобто є прямою для об'єкту калькулювання.

По-третє, якщо маржинальну собівартість розглядати як той мінімум витрат, який має бути покритий при реалізації готельної послуги, вона повинна включати лише витрати на обслуговування мешканців.

Оскільки готелі широко застосовують системи знижок, пільг та премій, використання саме маржинальної собівартості є найбільш доцільним для управління ціновою політикою готелю як мінімально допустимою ціною реалізації готельної послуги [5].

Завдяки системі „директ-костинг” розширюються аналітичні можливості обліку. На її основі будується система контролінгу. Адже саме аналізуючи зміни змінних і постійних витрат залежно від зміни обсягів виробництва послуг, можна гнучко й оперативно приймати управлінські рішення, наприклад, використовуючи ставки маржинального доходу, оптимізувати асортимент послуг, що надаються, а також розв’язати завдання:

- установлення цін на нові послуги, знаючи ціни на аналогічні послуги конкурентів;
- розробки нових видів послуг чи їх часткового відновлення;
- пошуку варіантів нових видів номерів на найближчу і подальшу перспективу;
- доцільності прийняття додаткових замовлень і т. д.

Таким чином, маржинальна, виробнича та повна собівартості послуг відрізняються за ступенем охоплення витрат, який зворотно пропорційний оперативності та точності в розрахунку на одиницю калькуляції.

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджені наказом Міністерства фінансів України від 31.12.99 р. №318
2. Балченко З.А., Балченко І.В., Балченко С.О. Облік реалізації готельних послуг за новим планом рахунків. //Все про бухгалтерський облік. – 2010. – № 99.–с.10 – 15.3
3. Бутинець Ф. Ф., Давидюк Т. В. та ін. Бухгалтерський управлінський облік: Підручник. – Житомир: ПП “Рута”, 2002. – 480 с.
4. Ордіховська Н.Д. Модель впровадження системи управлінського обліку.// Формування ринкових відносин в Україні. - 2005.- 12.- С.157-161
5. Попович В.І. Організаційні аспекти діяльності готелів // Економіка: проблеми теорії та практики. збірник наукових праць. Випуск 207: В 5 т. Том IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. – с. 973 – 978.
6. Стуков С.А. Учет и контроль себестоимости промышленной продукции в европейских странах-членах СЭВ. // Бухгалтерский учет. – 1979. - № 11. – с. 31.

Sveleba N.A.

COSTIN HOTEL SERVICES AS AN ELEMENT MODEL MANAGEMENT ACCOUNTING

The features of activity of hotel economies that influence on the construction of record-keeping are examined. Accounts are distinguished for the account of charges on the grant of hotel services. The articles of calculation of productive and complete prime price are offered.

Keywords. Account, charges, calculations, hotel.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто сучасний стан виробництва органічної продукції в Україні. Виявлено стримуючі фактори розвитку виробництва органічних продуктів. Запропоновано заходи державного стимулювання виробництва органічної продукції. Окреслено перспективи розвитку органічного виробництва, доцільність збільшення його масштабів за зростаючого попиту.

Ключові слова: органічне виробництво, органічна продукція, ринок органічної продукції.

Вступ. Альтернативою традиційному веденню сільського господарства є екологічне землеробство або екологічне сільське господарство, яке передбачає повну узгодженість (симбіоз) з законами природи. Результатами пошуку самбіотичних форм землекористування є запропоновані в різних країнах варіанти екологічного землеробства: органічне, біологічне, біодинамічне, адаптивно-ландшафтне. Назви цих систем землеробства пов'язана з назвою їх елементів, які відрізняються своїм змістом: застосування в системі удобрення лише органічних матеріалів, у системі захисту рослин – виключно біологічних засобів, вибір строків сівби сільськогосподарських культур за астрономічним календарем, адаптацію цілої системи до конкретних ландшафтів та інше. Органічне землеробство, як один з варіантів екологічного землеробства, передбачає одержання сільськогосподарської сировини без використання хімічних засобів захисту рослин, мінеральних добрив, синтетичних регуляторів росту, кормових добавок, генетично-модифікованих організмів; при проведенні мінімального обробітку ґрунту. В основі органічного землеробства лежить послаблення навантаження на навколишнє природне середовище шляхом зменшення кількості використання машин та хімічних речовин, що не можливо при промисловому виробництві на великих фермах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стану виробництва органічної продукції та перспектив його розвитку в Україні приділяється велика увага з боку таких вчених як: В. І. Артиш, Н. А. Берlach, Т. В. Боровик, Н. Х. Грабак, О. Т. Дудар, М. В. Капштик, М. І. Кобець, О. М. Маслак, Т. Л. Мостенська, М. К. Шикула, О. В. Шубравська.

Мета статті – дослідити особливості формування й функціонування вітчизняного ринку органічної продукції, виявити проблеми і визначити перспективи його подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними численних досліджень у світі споживачі органічних харчових продуктів вважають стан свого здоров'я значно кращим, ніж споживачі конвенційної (неорганічної) їжі. Дослідження вчених Національного медичного університету імені

О.О.Богомольця показало, що на здоров'я дитини в Україні на 50% впливає харчування, лікування - на 10%, генетика - на 20%, умови життя - на 20%. Такі показники яскраво демонструють, що органічне харчування - це не просто модний тренд, а здоровий спосіб життя, який свідомо вибирають люди в усьому світі. Вже сьогодні операторам органічного ринку України є що запропонувати споживачам не тільки на внутрішньому ринку, а й на зовнішньому [2].

В останні роки спостерігається тенденція активного наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження власної переробки органічної сировини. Зокрема, це крупи, соки, сиропи, повидло, мед, м'ясні та молочні вироби.

Більшість українських органічних господарств розташовані в Одеській, Херсонській, Київській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській, Житомирській областях. Українські сертифіковані органічні господарства – різного розміру – від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до декількох тисяч гектарів ріллі.

Офіційні статистичні огляди ІФОАМ підтверджують, що у 2015 р. загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель склала 410 550 га та існувало 210 сертифікованих органічних господарств (табл.1). Станом на 1 червня 2016 року в органічному секторі зареєстровано 239 підприємств, з яких 162 – сільгоспвиробники [2].

Таблиця 1

Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь та кількість органічних господарств в Україні, 2002-2015 рр. [2].

Рік	Площа, га	Кількість господарств	Рік	Площа, га	Кількість господарств
2002	164449	31	2009	270193	121
2003	239542	69	2010	270226	142
2004	240000	70	2011	270320	155
2005	241980	72	2012	272850	164
2006	242034	80	2013	393400	175
2007	249872	92	2014	400764	182
2008	269984	118	2015	410550	210

За даними Федерації органічного руху України, наша країна займає 21-е місце у світі за площами, зайнятими під органічним виробництвом. Зараз ми на 11-му місці серед європейських країн за виробництвом органічних продуктів і на 5-му – за нарощуванням органічного виробництва. Водночас ринок внутрішнього споживання органічної продукції в країні, за підсумками 2016 року, зріс на 17,6% - до більш ніж 20 млн. євро. У структурі товарної органічної продукції провідні позиції займає пшениця озима – понад 31%, соняшник – 27, кукурудза на зерно – 19, ячмінь, соя, буряки цукрові відповідно – 6, 5 і 2, інша продукція не перевищує рівня 10% [2].

В Україні велика кількість родючих земель, яка може годувати понад 500 млн. людей у всьому світі. Постає питання ефективності використання земельних ресурсів та розвитку високомаржинальних напрямків, зокрема органічного вирощування, про що потрібно дбати вже сьогодні, розробляючи стратегії на наступні роки. 1% земель в Україні, зайнятих під органічне вирощування, дозволяє Україні експортувати екологічно чисту продукцію на 100 млн. євро. Органіка має розглядатися не лише з економічної точки зору, це й збереження екології та навколишнього середовища; створення нових робочих місць, адже органічне виробництво потребує більше ручної праці, ніж традиційне; здоров'я споживачів та нації в цілому. Тому абсолютно справедливо, що у стратегії АПК «3+5» органічний напрямок є пріоритетним.

У вересні 2013 р. був прийнятий Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини». Цим законом розроблена державна політика, спрямована на створення сприятливих умов для розвитку конкурентоспроможного, високоефективного ведення сільського господарства за допомогою виробництва органічної продукції, збільшення експорту органічної продукції, розвитку внутрішнього ринку органічної продукції та задоволення потреб споживачів в асортименті органічної продукції, виробництві органічної продукції високої якості.

Але даний закон носить декларативний характер і його реалізація на сьогоднішній день, на справедливу думку фахівців, потребує значних коригувань і доповнень [1].

Урядовий комітет з питань аграрної політики 17 листопада 2016 р. розглянув законопроект про внесення змін до чинного закону про виробництво і оборот органічної продукції в Україні. Розроблений документ дозволить наблизити українське законодавство в галузі органічного виробництва до європейських норм. Також він дасть можливість встановити загальні вимоги до виробництва органічної продукції в нашій країні, зокрема, вимоги щодо сівозмін, обробки ґрунту, насіннєвого матеріалу, підживлення сільгоспкультур, використання засобів захисту рослин.

Одним із недоліків чинного законодавства є те, що органічні виробники є незахищеними від недобросовісної конкуренції - продажу «псевдоорганіки», тобто продукції, яка має маркування «еко», «біо», «натуральна», але не є такою. У новій редакції Закону, ці всі норми є чітко прописаними, також визначено розмір штрафів за такі порушення.

На даний час органічне виробництво в Україні зосереджено, в основному, на сімейних господарствах із площею від 20 соток до 2 га. Основні напрямки невеликих виробників: вирощування ягідної продукції, овочів, зелені, салатів; тваринництво; молочний напрямок; випікання хліба. Лише декілька підприємств мають у своєму розпорядженні земельний банк у кілька тисяч га. Такі господарства займаються вирощуванням зернових, олійних культур та їхньою переробкою, мають потужну тваринницьку базу та розвивають молочний напрямок [7].

Щодо органічного садівництва - це переведені в органічні високорослі

насадження, яким понад 20 - 30 років; закладаються також нові інтенсивні сади із загущенням 2,5 тис. дерев на 1 га та більше. Інтенсивне садівництво - це один із напрямків сільськогосподарської діяльності, який дозволяє на невеликих площах – 2 - 5 га, отримувати значну кількість плодів - в середньому 45 тонн яблук/груш з 1 га. Плоди можуть реалізовуватись у свіжому вигляді та/або як продукти переробки. Зокрема, для органічних садів доцільно розглядати наступні варіанти переробки яблук/груш: соки, сушка, концентрати, дитяче харчування, джеми та ін. Наприклад, господарство «Золотий Пармен» експортує свої органічні соки в Європу та частково реалізує на внутрішньому ринку. Сушка плодів не потребує значних капітальних вкладень на обладнання, а попит на таку продукцію, особливо органічну, дуже великий як в Україні, так і за кордоном. У Європі формується тренд так званих снекових перекусів, тобто зростає попит на сушені фрукти та овочі [5].

Органічне виробництво в Україні сертифікується за стандартами, встановленими Постановою Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007р. щодо органічного виробництва та маркування органічних продуктів/

Нині в Україні працює понад 10 європейських органів сертифікації органічних продуктів, серед яких IMO (Швейцарія), Biokontroll (Угорщина), ECOCERT (Франція), ABCERT (Німеччина), LACON (Німеччина), Control Union (Нідерланди), ICEA (Італія), ЕТКО (Туреччина), Органік Стандарт (Україна) [2].

Лідерами органічного сектору в Україні є ТОВ «Органік Мілк» (ТМ «Organic Milk») і ТОВ «Старий Порицьк» (ТМ «Старопоріцкое») - виробники молочної продукції; ТОВ «ЕтноПродукт» (ТМ «ЕтноПродукт», Чернігівська обл.) - м'ясо, молоко, зерно. Четверте займає ТОВ «Органік оригінал» (ТМ «Екород») - бакалія, п'яте - «Галекс-Агро» (Житомирська обл.), - експортно-орієнтований виробник зерна. Також відомими є ПП «Агроекологія» (Полтавська обл.), «Органічне господарство «Махаріші» (Херсонська, Миколаївська обл.), ПП «Мельник» (Вінницька обл.), ТзОВ «Агро – Радехів» (Львівська обл.) [4].

Потенційними споживачами органічної продукції є близько 5% населення великих та близько 1-2% середніх міст України. Органічна продукція у порівнянні зі звичайною є дорожчою, що ускладнює розширення внутрішнього ринку в країні. У середньому ціна на органічну продукцію у 2 – 2,5 рази вища за ціну на звичайні продукти. Це пояснюється невеликими обсягами виробництва, які не дають можливості економити на масштабі виробництва, значними витратами праці, необхідністю сертифікації, інспекції тощо. Проте саме натуральність і органічність продукції є однією з важливих конкурентних переваг на ринку.

Органічна продукція є більш привабливою для споживачів, оскільки вона корисна для здоров'я, екологічно безпечна, має кращу якість і вищі смакові якості, не містить у собі генно модифікованих організмів, зберігає поживні речовини та натуральні складові при переробці. На органічну продукцію орієнтуються насамперед люди з вищою освітою, з високою купівельною спроможністю, ті, хто піклується про здоров'я своєї родини й орієнтується на високоякісну продукцію, а також сім'ї з дітьми до 7 років [7].

Для ринку органічної продукції характерні ринкові коливання – з періодами високого попиту і невеликої пропозиції органічної продукції, а також навпаки, з великою пропозицією й незначним попитом. Тому виробники повинні тісно співпрацювати з різними покупцями, щоб відчувати ринкові коливання та одержувати більше інформації про продукцію підвищеного попиту, стандарти якості й стратегії ціноутворення.

Найважливішими каналами збуту і пропаганди органічної продукції в Україні виступають невеликі спеціалізовані магазини здорового харчування (мережа магазинів органічної продукції «Еко-Шик», мережа магазинів натуральної і органічної продукції ТОВ «Торговельний Дім Органік Ера», «Натур Бутік» тощо) та супермаркети (наприклад, мережа супермаркетів «Мегамаркет»).

Валова частка, це зокрема 80%, органічної продукції експортується за кордон. Зокрема, кожна четверта тонна органічної пшениці в Європі - з України. Великий попит за кордоном спостерігається на продукти тваринництва, заморожені ягоди та плодову продукцію (яблука, груші), у свіжому вигляді та перероблену. Органічні свіжі овочі, зелень і продукти переробки орієнтовані на збут на внутрішньому ринку.

Найперспективніший ринки збуту для вітчизняної органічної продукції сьогодні - Німеччина та Скандинавські країни.

Європейські фермери мають змогу розвивати органічний напрямок, тому що держава надає їм значну фінансову підтримку. Зокрема в Німеччині дотації складають близько 600 євро/1 га в перші 3 роки перехідного періоду, в наступні 200 - 400 євро. Середній розмір такої допомоги в Європі – 200 - 300 євро/1 га. Чому це важливо? Всі розуміють, що в перші роки органічного вирощування урожайність не така велика, як у традиційному землеробстві, та фермер протягом перехідного періоду ще не може реалізовувати свою продукцію як органічну [9].

Якщо Україна запровадить фінансову підтримку для органічних виробників, це значно посприє розвитку цього сектору. Також можна розглянути механізм звільнення від оподаткування у перші 3 роки перехідного періоду, або пільги в оподаткуванні таких господарств. У Львівській області, наприклад, діє програма компенсації витрат на сертифікацію органічних виробників на рівні місцевого бюджету. Таку ж програму планують запровадити в Полтавській області. Іноді людям, які мають землю та бажання займатися цим напрямком, не вистачає знань, які культури краще вирощувати, як це робити, куди потім збувати продукцію. Організація навчально-практичних семінарів у різних регіонах могла б посприяти розвитку органічного вирощування в Україні.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

На сьогоднішній день Україна має значний потенціал розвитку виробництва органічної продукції. Продукція органічного походження стає все більш привабливою як для європейського, так і для національного споживача. Враховуючи те, що Україна має потужний потенціал агропромислового

комплексу, країна може стати одним із головних експортерів цієї продукції на ринку ЄС [8].

За результатами звіту Міжнародного кооперативного альянсу, на основі міжнародного саміту у Квебеку 2016 року, майбутнє сільського господарства - за вирощуванням органічної продукції.

Для подальшого розвитку підприємництва, спрямованого на виробництво органічної продукції необхідно: удосконалити існуючу нормативно-правову базу щодо виробництва органічної продукції та її гармонізація відповідно до вимог європейських Постанов, Регламентів, Директив; розробляти та впроваджувати у виробництво інноваційні технології вирощування органічної продукції; організовувати семінари для органічних товаровиробників по обміну досвідом, зауваженнями та пропозиціями; забезпечити підготовку фахівців з питань органічного виробництва; запровадити систему економічних важелів та стимулів (субсидування фермерів, що переходять на органічне виробництво, а також агровиробників, які вже ним займаються, пільгове оподаткування, пільгове кредитування, державне страхування); сприяти формуванню оптових та роздрібних ринків органічної продукції.

Література:

1. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 03.09.2013 р. №425-VII.
2. Федерація органічного руху України - [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.organic.com.ua.
3. Базові Стандарти Міжнародної Федерації органічного сільського господарства.
4. Ринок органіки в Україні у 2016 році досяг близько 20 млн євро - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://agravery.com>.
5. Лановенко В. Органічна продукція - виклик чи додатковий шанс для дрібних виробників?/В. Лановенко - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://agropolit.com>.
6. Павловський С. Органічне виробництво – це не лише нововведення в організації виробництва, але і повністю інший стиль життя. /Вісник Агрофорум. – 2016 - № 1 - С.24- 25.
7. Сіденкова І.В. Ринок органічної продукції та особливості його формування в умовах трансформаційної економіки/ І.В. Сіденкова // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка», 2015, вип. 15 – С. 142 -148.
8. Славгородська Ю. В. Виробництво органічної продукції в Україні: стан та перспективи / Ю. В. Славгородська//Вісник Полтавської державної аграрної академії - 2016. - № 4. – С. 49-54.
9. Шаповал Б. Виробникам органічної продукції слід робити ставку на Німеччину та Скандинавські країни [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://agropolit.com>.

STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS ORGANIC PRODUCTION IN UKRAINE

The article reviews the current state of organic products in Ukraine. discovered constraints of the production of organic products. The measures of stimulation of production of organic products. Prospects of development of organic production feasibility increasing its scope for increasing demand.

Keywords: *organic production, organic products, organic products market.*

СИСТЕМА СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** У даній статті проведено дослідження існуючих наукових підходів до трактування поняття «статистичний показник», систематизовано статистичні показники, з'ясовано їх призначення. В даний час активно розвивається демографія підприємств – науковий напрям, пов'язаний з вивченням життєвих циклів у секторі підприємств. Перспективою подальших досліджень є розробка системи аналітичних показників оцінювання бізнес-процесів підприємств.*

***Ключові слова:** інформаційне забезпечення, підприємство, статистичні показники, статистичне спостереження, демографія підприємств, система показників, види економічної діяльності.*

Постановка проблеми

Статистика вивчає масові суспільні явища, властивості яких зазнають змін в просторі і в часі. Об'єктивно існуючі масові явища, які вивчаються статистикою виступають у формі статистичних сукупностей.

У всіх сферах людської життєдіяльності існує безліч взаємопов'язаних, розосереджених в просторі і в часі статистичних сукупностей різного змісту і складності: від сукупності актів купівлі-продажу окремого товару за певний період часу в даній місцевості до сукупності працівників, підприємств, галузей, видів економічної діяльності, територій. Для вирішення наукових і практичних завдань статистика як наука повинна вирішувати питання про вибір сукупності одиниць з якісним змістом і її відмежування від інших сукупностей, зокрема коли виникають нові чи набувають актуальності і раніше не вичались статистикою аспекти суспільного життя. Методологію цієї частини статистичного дослідження можна розглянути щодо спостереження за динамікою та демографією підприємств на основі реєстру статистичних одиниць, які згідно з КВЕД охоплюють види діяльності, що пов'язані з промисловістю, будівництвом, торгівлею та послугами, а також сільським господарством.

Сучасні економічні умови в Україні зумовлюють необхідність статистичного дослідження діяльності підприємств. Якість результатів оцінювання діяльності підприємств залежить від способів і методів аналізу, системи показників, інформаційного забезпечення. Метою статистичного аналізу діяльності підприємств є визначення системи статистичних показників, які створюють умови об'єктивності та адекватності оцінювання явища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Розробкою системи показників оцінювання ефективності діяльності підприємств займаються такі вітчизняні вчені, як О.О.Васечко, С.С.Герасименко, А.В.Головач, Н.Ю.Брюховецька, А.М.Єріна, В.І.Ляшенко, І.Г.Манцуров,

І.М.Прокопчук, О.Г.Осауленко, Ю.Цал-Цалко. Незважаючи на велику кількість досліджень показників діяльності підприємств, недостатньо розробленими залишаються питання системи статистичних показників діяльності підприємств.

Формулювання цілі статті. Мета дослідження полягає в теоретичному узагальненні концептуальних підходів до трактування поняття «статистичний показник» та у формуванні теоретико-методологічних засад побудови системи статистичних показників діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу

Дослідження кількісного аспекту масових явищ, можна простежити на прикладі середньооблікової кількості працівників в однорідній сукупності великих і середніх підприємств. Кількість працівників – це індивідуальний показник, який має якісну визначеність і кількісне вираження в конкретних умовах. На підприємствах така кількість відома, оскільки встановлюється в процесі бухгалтерського обліку і ведення господарської діяльності та статистики не стосується до того часу, поки не перетворюється в ознаку програми статистичного спостереження сукупності підприємств і не реєструється статистикою в його процесі. Ці варіюючі за одиницями сукупності ознаки реєструються з метою отримання узагальнюючої характеристики складного масового явища і його якісної і кількісної визначеності, що забезпечується на етапі зведення даних спостереження. У результаті формується статистичний показник як загальна ознака масового явища у нерозривному зв'язку його якісного і кількісного аспектів в конкретних умовах простору і часу. Він абстрагується від особливостей окремих одиниць і відображає загальну властивість усієї якісно однорідної сукупності. Статистичний показник – це мета і результат дослідження усіх масових суспільних явищ.

Так, професор А.М.Єріна визначає статистичний показник як «міру певної властивості соціально-економічного явища чи процесу, яка поєднує якісний і кількісний аспекти цієї властивості» [4, с.75]. Якісний аспект статистичного показника визначається ознакою, яка підлягає вивченню і відображається у назві, кількісний аспект – у кількісному вираженні в конкретних умовах простору і часу.

Будь-яка наука вивчає об'єктивні властивості реального світу, його стан і закономірності розвитку, використовуючи свої специфічні методи. Виникає питання: чи є у суспільних явищах, які вивчаються і виступають у формі статистичних сукупностей, статистичні показники, які представляють предмет статистики, як реальні факти? У кожний момент у суспільстві об'єктивно існують різноманітні загальні розміри якісно різних масових явищ (кількість зайнятих працівників, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), обсяг наданих туристичних послуг і т.д.), конкретні пропорції і взаємозв'язки, темпи зміни і закономірності, які підлягають пізнанню для оцінки стану суспільства і управління ним. Отже, статистичні показники існують як об'єктивний факт, який відображає в статистичному показнику з його якісною і кількісною визначеністю. Точність їх пізнання залежить від методології статистики як науки і якості статистичної діяльності.

Усі статистичні показники мають загальні риси: об'єктивний характер, якісну визначеність, конкретні умови простору і часу, кількісне вираження. Єдність кількості і якості дозволяє дати характеристики міри явища, що є однією з важливих завдань науки і практики. Кожна статистична сукупність має велику кількість властивостей і ознак, які її виражають. Статистика вивчає не всі, а тільки найбільш суттєві ознаки і статистичні показники, тобто ті, які характеризують головні відмінні риси, якісний стан і закономірності розвитку сукупності, а також дозволяють відповісти на поставлені в дослідженні питання. Вибір суттєвих ознак і показників – одне з важливих завдань науки. Для всебічної характеристики будь-якого складного масового явища необхідно вивчати не одну, а ряд суттєвих ознак, їх систему, тобто сукупність взаємопов'язаних статистичних показників, розміщених в певному логічному порядку і які всебічно характеризують стан, розвиток і взаємозв'язки масових суспільних явищ.

Масові явища і процеси, які відбуваються у суспільстві, а також статистичні показники є складними системами і одночасно підсистемами інших, більш складних систем. Завдання формування системи статистичних показників вирішується одночасно з визначенням і відмежуванням об'єкта статистичного дослідження, з врахуванням його завдань на основі всебічного аналізу змісту, факторів і закономірностей розвитку явищ. Такий аналіз проводиться статистикою з використанням раніше нагромаджених іншими суспільними науками знань і виявлених ними категорій і понять, а також шляхом обстежень. Для статистики основне завдання полягає формувати теоретико-методологічні засади системи статистичних показників.

Виразно цей етап статистичного дослідження висвітлюється, коли вивчається нове масове явище або суттєво змінюються завдання дослідження уже відомих об'єктів. Так, під демографією підприємств розуміється сукупність демографічних процесів (подій), до яких відносяться народження підприємства, зміни у його структурі, смерть. Статистика демографії підприємств є розділом статистики підприємств, у якому дається характеристика кількості і складу сукупності підприємств, які функціонують в певний час на певній території і в певних економічних умовах. Основне завдання демографії підприємств – аналіз життєвого циклу підприємства на різних стадіях його існування, від моменту створення до моменту ліквідації. Методика розрахунку показників демографії підприємств розкриває методи та процедури розрахунку основних показників статистики демографії підприємств на основі Статистичного реєстру підприємств.

Система статистичних показників – сукупність взаємопов'язаних показників, які мають однорівневу чи багаторівневу структуру, спрямовану на вирішення конкретного завдання. Така система дозволяє реалізувати системний підхід і отримати комплексну характеристику явищ і процесів, що досліджуються.

Слід зазначити, що нерідко показник ототожнюється з ознакою, тобто первинною властивістю, яка характеризує явище. Проте статистичний показник

відрізняється від ознаки тим, що його отримують за допомогою розрахунків. Це може бути простий підрахунок одиниць сукупності, підсумовування значень конкретної ознаки, порівняння двох чи декількох величин, а також більш складні розрахунки.

Важливою методологічною складовою організації статистичного спостереження є створення системи статистичних показників, яка відповідає його цілям та дозволяє отримати повний обсяг інформації для характеристики явища, що досліджується.

Система показників, яка розроблена на початковому етапі дослідження, далі розвивається і доповнюється в міру розвитку швидко змінюваних суспільних явищ, а також при аналізі первинних даних і отриманих на етапі зведення статистичних показників. При цьому формуються нові показники співвідношень, пропорцій, тенденцій, взаємозв'язків і використовуються сучасні пакети прикладних програм.

Статистичні показники в системі повинні бути диференційовані за напрямками: в залежності від форми показника, за рівнем управління, за змістом і характером явищ, які вивчаються і т.п.

При вивченні будь-яких масових явищ система показників повинна відобразити всі найважливіші аспекти: обсяг, розмір, ступінь поширення, внутрішній склад і структуру явища, стан і якість окремих елементів і явища в цілому, динаміку явищ, а для поновлюваних елементів - відтворення; функціонування об'єктів, які вивчаються і його фактори; співвідношення і взаємозв'язки певного явища і його елементів між собою і з іншими аспектами життя суспільства; ефективність функціонування явища, яке досліджується.

В науці і в практиці предметом статистики вважається кількісний аспект масових явищ та ігнорується нерозривна єдність якості і кількості, що обумовлено особливостями статистичного дослідження і характеру взаємозв'язків між статистичною наукою і практикою. Головне полягає в тому, що формування змісту, якісного аспекту показників і визначення кількісного значення розподілені у просторі і в часі. У зв'язку з стійкістю багатьох суспільних явищ як складних систем, якісні характеристики зберігаються тривалий час. У статистичній діяльності використовують розроблені системи статистичних показників, якісний аспект яких у більшості зафіксований в Каталозі статистичних показників. Також використовується досвід інших країн, а також міжнародні стандарти показників і класифікації. Система показників доповнюється системою державного і регіонального управління, яка потребує інформацію для виконання своїх функцій і вирішення нових завдань. Органи державної статистики проводять велику роботу по вдосконаленню і розвитку системи статистичних показників при формуванні плану робіт, в поточній діяльності і оновленні статистичних класифікацій.

Для державної статистики предметом вивчення є кількісні аспекти масових явищ, а головними функціями – проведення статистичного спостереження і зведення його даних.

Необхідність розробки теоретичних проблем статистики у сучасних умовах обумовлена тим, що в Україні відбулися корінні перетворення в суспільному житті і в економіці, в результаті чого з'явилися якісно нові масові явища і об'єкти для статистичного дослідження. Це економічно самостійні господарюючі системи (акціонерні товариства, компанії і т.п.), які мають різноманітні статистичні сукупності, розосереджені в просторі і швидко змінювані в часі. Для управління ними необхідно систематично отримувати і всесторонньо аналізувати систему статистичних показників. Таку систему показників необхідно розробляти з врахуванням якісного стану об'єкта, механізмів і завдань його функціонування. Системі управління цими об'єктами необхідно вирішувати одночасно питання не тільки про якісний аспект показників, але й про методологію їх отримання, визначення кількісного аспекту і аналізу отриманої системи показників з метою розробки науково обґрунтованих управлінських рішень.

Так, О.О.Васечко зазначає, що «загальний рівень ефективності статистики підприємств безпосередньо залежить від того, наскільки якісно побудована її система показників. Це, так би мовити, потенціал статистики підприємств, на який можна розраховувати при створенні статистичних форм різної кількості та різного дизайну. Окремі блоки інформації можуть збиратись у будь-якій комбінації та з різною періодичністю, але їхня методологічна єдність дозволить здійснювати якісний синтез і аналіз» [1, с.77].

Для упорядкування та стандартного представлення напрямів статистичної діяльності в частині виробництва статистичних даних Держстатом України розроблено Довідник розділів статистики [3] на основі першої версії міжнародної Класифікації статистичної діяльності (Classification of Statistical Activities (CSA), Rev. 1) з частковим розгрупуванням та перегрупуванням її позицій, уточненням редакції назв окремих позицій з урахуванням вітчизняної практики. У Довіднику представлені напрями діяльності, які пов'язані з виробництвом статистичних даних і продуктів, зокрема на 1 рівні (галузі статистики) 2 економічна статистика, на 2 рівні (розділи) 2.03 економічна діяльність, на 3 рівні (тематика статистичного виробництва) 2.03.01 діяльність підприємств.

Метою організації статистичного спостереження за підприємствами є задоволення потреб різних категорій користувачів статистичної інформації. Потреби користувачів через систему статистичних показників трансформуються у програму статистичного спостереження, а потім у форму державного статистичного спостереження.

Статистика підприємств України спирається на європейські стандарти у сфері структурної та кон'юнктурної статистики. Відповідно, система показників статистики підприємств складається з двох великих груп: показники структури і показники кон'юнктури [1, с.80].

Системи показників кон'юнктурної та структурної статистики містять як первинні, так і розрахункові показники. Перевагою показників короткотермінової статистики є оперативність отримання даних, що дозволяє

оцінити поточну діяльність підприємств. Комплексність системи показників статистики підприємств має реалізуватися через узгодженість показників структурної та короткотермінової статистики, що значно підвищить цінність статистичної інформації про діяльність підприємств [10, с.46].

О.Г.Осауленко вважає, що «реформування системи статистичних показників має підвищувати практичну значущість і аналітичну цінність статистичної інформації для органів державної влади» [9, с.175].

Для побудови основ показників в Інтегрованій системі обробки статистичних даних, використання під час підготовки та проведення державних статистичних спостережень, розробки та поширення статистичних даних, починаючи із січня 2016 року використовується «Довідник одиниць вимірювання статистичних показників». Об'єктом довідника одиниць вимірювання є одиниця вимірювання статистичного показника [8].

Відповідно до Концепції розвитку державної статистики підприємств України [5], структура статистики підприємств складається з основних і додаткових статистичних (інформаційних) модулів.

Методологічну основу формування і розвитку в Україні статистики підприємств забезпечила Концепція розвитку державної статистики підприємств.

У Концепції розвитку державної статистики підприємств сформовано сукупність принципів, інструментарій та комплекс показників, які визначають розвиток цієї галузі статистики економічної статистики.

У національних статистичних службах європейських країн використовують комплекс взаємопов'язаних показників, які характеризують стан і динаміку суб'єктів підприємництва. Відповідні показники розподілені на такі основні модулі [12, 13]:

- кількісні показники, що характеризують ресурси, витрати та результати діяльності. Їх отримують за допомогою структурних обстежень підприємств (structural business statistics). Основним інструментом таких обстежень в Україні є форма державного статистичного спостереження №1-підприємництво (річна) «Структурне обстеження підприємства»;

- кількісні показники для оцінки динаміки розвитку, зокрема, динаміки виробництва і реалізації продукції, цін на неї. Цей модуль формується у рамках короткотермінової статистики підприємств (short-term business statistics). Статистичним інструментарієм для відповідних обстежень є щомісячна та щоквартальна звітність підприємств, за даними якої розраховують індекси виробництва і реалізації продукції, цін тощо;

- якісні характеристики для оцінки кон'юнктури ринку та побудови короткотермінових прогнозів ділової активності підприємств в різних видах діяльності. В Україні, за аналогією до інших європейських країн, їх отримують внаслідок проведення кон'юнктурних обстежень ділової активності у формі анкетних опитувань керівників підприємств різних видів діяльності.

Необхідність постійного вдосконалення системи статистичних показників в державній статистиці спостерігаємо на прикладі статистики підприємств.

У європейській бізнес-статистиці функціонує модуль бізнес-демографії. Методологічні положення щодо розробки та використання показників бізнес-демографії у країнах ЄС та ОЕСР викладені в [12] і містять визначення основних видів підприємницької активності населення (роботодавців (employers), у тому числі за кількістю найманих працівників, не-роботодавців (non-employers)), основних демографічних подій у бізнес-середовищі.

В організації статистики підприємств окремим модулем можна вважати показники діяльності фізичних осіб-підприємців. Їх отримують за допомогою вибіркового обстеження

Основними показниками бізнес-демографії є народжуваність і смертність підприємств, які за методикою Євростату розраховують відповідно як частка їх «народжень» (реєстрацій) і «смертей» (ліквідації) за звітний період у загальній кількості господарюючих протягом року суб'єктів.

Оснoву статистики підприємств складає річне структурне обстеження за формою №1-підприємництво. Програма цього спостереження уніфікована для всіх підприємств.

Виступаючи складовою частиною загальної комплексної системи спостережень за суб'єктами господарювання, річне структурне обстеження підприємств займає особливе місце. В рамках цього обстеження створюється інформаційна база зі структурної статистики.

Програма річного структурного обстеження представляє собою систему показників, які характеризують структуру підприємств, використання факторів виробництва і результатів виробничої діяльності. Методологія складання показників базується на вимогах нормативних документів Європейського Союзу.

Звітною одиницею річного структурного обстеження виступає підприємство.

Всі показники річного структурного обстеження підприємство представляє в цілому по підприємству.

В цілому по підприємству представляють наступні групи показників (за розділами форми спостереження):

1. Показники щодо структурних змін та інших подій, що відбулися на підприємстві. В даному розділі юридична особа представляє інформацію про структурні зміни.

2. Показники щодо розподілу основних показників за видами економічної діяльності. Цей розділ містить показники у розрізі видів економічної діяльності, якими підприємство займалося фактично: середня кількість працівників, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) без ПДВ, вартість продукції (робіт, послуг) власного виробництва для внутрішніх потреб підприємства, капітальні інвестиції у матеріальні активи, матеріальні витрати та витрати на оплату послуг (без ПДВ), амортизація, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, запаси незавершеного виробництва, запаси готової продукції, запаси

товарів та послуг для перепродажу (без ПДВ), вартість товарів і послуг, придбаних для перепродажу (без ПДВ).

3. Показники щодо розподілу матеріальних витрат та витрат на оплату послуг, використаних у виробництві продукції (товарів, послуг), за продуктами та послугами

4. Інші показники.

5. Показники щодо кількості працівників та відпрацьованого часу.

6. Показники щодо виробничих запасів.

7. Показники щодо діяльності місцевих одиниць. Розділ відображає інформацію підприємств, які містять дві та більше місцеві одиниці. Цей розділ містить ідентифікаційні, класифікаційні та економічні дані.

Сучасна система показників української статистики підприємств є складною полієрархічною структурою, в основі якої лежить показник обороту продукції. За рівнем використання в економічній статистиці він є універсальним міжгалузевим показником, оскільки реалізація продукції та послуг відбувається у всіх ринково зорієнтованих видах діяльності. Тому оборот є ланкою для структурних і короткотермінових порівнянь та використовується для дослідження взаємозв'язку бізнес-циклів різних секторів економіки [5].

Агрегування даних річного структурного спостереження за формою №1-підприємництво (річна) здійснюється шляхом підсумовування первинних даних, поданих юридичними особами.

За кожним показником зведені дані формуються як в цілому по всій сукупності обстежуваних підприємств, так і в територіальному, функціональному і інституційному розрізі:

- за регіонами України;
- за видами економічної діяльності;
- за організаційно-правовими формами і формами власності підприємств.

Для формування системи статистичних показників підприємств потрібно враховувати дані фінансової звітності підприємств.

З огляду на розвиток інформаційного суспільства, система показників повинна відображати всі процеси, в тому числі і ті, які можуть бути джерелом ризику. Сучасні підприємства функціонують в умовах невизначеності і нестабільності зовнішнього середовища. Невизначеність зовнішнього середовища виникає із-за недостатньої інформації про явища і процеси, які відбуваються. Іноді викликає сумнів достовірність інформації про постачальників сировини і матеріалів, обладнання, енергії, споживачів, конкурентів і ін.

Результати діяльності підприємств залежать від міжнародної обстановки, політичних, економічних, соціально-демографічних і інших економічних факторів – інфляції, податків, рівня зайнятості, які впливають на виробничі і фінансові результати їхньої діяльності. У процесі діяльності підприємства зустрічаються з сукупністю різних видів ризиків: девальвація національної валюти, зростання вартості сировини, загострення конкуренції, зростання боргового навантаження, які взаємопов'язані і впливають на результати.

Кінцевим результатом статистичного дослідження все частіше стають моделі і прогнози.

Виникає також запитання: як повинні бути підготовлені кадри статистиків, економістів і інших спеціалістів для самостійного вирішення нових складних завдань у сучасних умовах? Очевидно, що вони повинні знати основні положення теорії і методології статистики як науки, її методи, категорії і інструментарій, а також вміти вирішувати комплекс завдань по формуванню науково обґрунтованої системи статистичних показників, всебічному аналізу і розробці на цій основі моделей і прогнозів.

Висновки

Сучасне суспільство постійно ставить перед статистикою нові завдання або вимагає нових підходів до вирішення уже існуючих проблем. Цим самим сприяє розвитку статистики підприємств. Якість формування статистичних показників діяльності підприємств залежить від отриманої інформації. Система статистичних показників діяльності підприємств дає можливість об'єктивно проводити моніторинг стану підприємств. Формування теоретико-методологічних засад побудови системи статистичних показників діяльності підприємств є актуальним завданням, що потребує подальшого дослідження.

Література.

1. Васечко О.О. Методологічні основи статистики підприємств: [моногр.] / Васечко О.О. – К.: НТК стат. дослідж., 2005. – 296 с.
2. Головач А.В. Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика: [навч. посіб.] / Головач А.В., Захожай В.Б., Головач Н.А. – К.: КНЕУ, 2005. – 333 с.
3. Довідник розділів статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/Noviny/new2014/zmist/dovidnyk.htm>
4. Єріна А.М. Статистика: структурно-логічні схеми та задачі: Навч. посіб. / А.М.Єріна, В.Б.Захожай, І.Г.Манцуров та ін.; – К.: КНЕУ, 2007. – 304 с.
5. Концепція розвитку державної статистики підприємств України; затверджена Наказом Держкомстату від 28.12.2007 р. № 478 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
6. Матковський С.О., Гальків Л.І., Гринькевич О.С., Сорочак О.З. Статистика: Навчальний посібник, 2-ге вид. – Львів: «Новий Світ 2000», 2011. – 429 [3] с.
7. Матковський С.О., Гринькевич О.С., Вдовин М.Л., Вільчинська О.М., Марець О.Р., Сорочак О.З. Бізнес-статистика: навч. посібник – К.: Алерта. – 280 с.
8. Наказ Державної служби статистики «Про затвердження Довідника одиниць вимірювання статистичних показників» від 30.12.2014 р. №414 (із змінами, внесеними згідно з Наказом Державної служби статистики № 23 від 12.02.2016 (v0023832-16) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Осауленко О.Г. Національна статистична система: стратегічне планування, методологія та організація: [моногр.] / Осауленко О.Г. – К.:ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2008. – 415 с.
10. Прокопчук І.М. Система показників для статистичного вивчення діяльності підприємств. / І.М.Прокопчук // Статистика України. 2011. № 2. – С. 43-47.
11. Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics Theme: Industry, trade and services. Collection: Methodologies and working papers [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-07-010/EN/KS-RA-07-010-EN.PDF.
12. Structural Business Statistics/ Reference Metadata in Euro SDMX Metadata Structure (ESMS) [Electronic Resource]. Mode of access: URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_SDDS/en/sbs_esms.htm//stat_pres.
13. Structural business statistics. Main tables. Eurostat [Electronic Resource]. – Mode of access: URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/data/main-tables>.

Solomchak T.Ya.

SYSTEM OF STATISTIC INDICATORS OF ACTIVITY OF ENTERPRISES

***Summary.** In this article the existing scientific approaches to the interpretation of the essence of the concept «statistics indicators» in the scientific literature, statistical indicators have been systematized, the purpose of it have been found. Nowadays the business demography is actively developing – the business statistics section associated with the study of life cycles in the enterprise sector. The prospect of further studies is development of a system of analytical indicators of assessment business processes of enterprises.*

***Key words:** informational ensuring, enterprise, statistical indicators, statistical monitoring, demography of enterprises, system of indicators, types of economic activity.*

Степура Тетяна Михайлівна

к.е.н., доцент

Львівська філія ПВНЗ «Європейський університет»

ЕНЕРГЕТИЧНА ЦІННІСТЬ РАЦІОНУ ХАРЧУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ЯКОСТІ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

У статті досліджено роль енергетичного наповнення раціону харчування у формуванні якості людського потенціалу регіонів України. На основі аналітичного узагальнення структури та цінності раціону встановлено його енергетичну незбалансованість. Запропоновано деякі шляхи розбудови комплексної державної політики у частині підвищення збалансованості та енергетичної цінності раціону харчування мешканців України.

Ключові слова: *якість людського потенціалу України, енергетична збалансованість харчування, калорійність.*

У системі орієнтирів і ознак сучасного соціально-економічного розвитку людський потенціал та досягнуті його якісні характеристики є пріоритетними і визначальними. Якість людського потенціалу – це певний рівень розвитку характеристик і умов життя мешканців території, який ґрунтується на їх власній мірі задоволення цими характеристиками і умовами. У системі формування якості людського потенціалу особливу функцію, на наш погляд, виконує енергія.

На наш погляд, енергетична кількісна балансова характеристика людини може слугувати метричною системою відліку життєздатності організму, що, у свою чергу, формує здоров'я як одну з ключових характеристик якості людського потенціалу на індивідуальному (організменному) рівні. Хрональна (часова) енергетика людського потенціалу визначає найважливіші характеристики людини: життєздатність, тонус, працездатність, опірність негативним впливам середовища, активність, настрій, а також інтенсивність впливу на оточуючий світ. Надходження енергії, її перетворення та збереження пов'язані з кількома біологічними процесами: диханням, харчуванням, сном. Енергія, отримана ззовні, трансформується в організмі в енергію хімічних сполук та фізичну (теплову), формуючи у кінцевому підсумку життєздатність організму, тобто здоров'я. Останнє є необхідною умовою формування високої якості людського потенціалу.

Метою даного дослідження є аналіз збалансованості раціону харчування мешканців України у залежності від умов їх життєдіяльності як важливої запоруки формування здоров'я – однієї із ключових ознак якості людського потенціалу.

Енергія є одним із потоків, які забезпечують життєдіяльність людини. Увесь цикл життєдіяльності супроводжується процесами енергетичного обміну. Основою формування енергетичного потенціалу людини є харчування, один із видів ресурсів в економіці. Одиницями виміру кількості енергії, що надходить в організм людини, є калорії, які людина у процесі праці може перетворити на

економічний ефект. Надходження енергії в організм супроводжується витратами енергії у вигляді діяльності людини, праці, її активності і в ідеалі має бути збалансованим. Збалансоване харчування – це харчування, що забезпечує потреби людини в енергії відповідно до її витрат, а також оптимальне співвідношення поживних речовин, мікроелементів, біологічно активних речовин. У випадку перевищення надходження енергії над витратами утворюється її надлишок, навпаки – нестача, що призводить до використання резервів організму. Обидва варіанти є шкідливими для здоров'я людини, оскільки утруднюють нормальний розвиток, порушують обмінні процеси, створюють підґрунтя для виникнення хвороб, ослаблення та зменшення життєвих сил. Тому важливим є визначення необхідного обсягу надходження енергії у розрізі поживних речовин, мікроелементів, вітамінів тощо та їх витрат у залежності від віку, виду трудової діяльності, енерговитратності життєдіяльності людини.

Для обчислення добових енерговитрат населення України Наказом МОЗ України від 18.11.1999 року № 272 «Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії» встановлено витрати основного обміну різних демографічних груп населення, а також величину зростання енерговитрат дорослого населення у залежності від фізичної активності [6]. Відповідно до цього документу виділено 4 групи фізичної активності працездатного населення. Величина добової потреби в енергії для представників важкої і особливо важкої праці у 2,3 (чоловіки) та 2,2 (жінки) рази збільшує величину основного обміну відповідно до демографічної когорти.

У 2015 році енергетична цінність добового раціону українця становила 2799 ккал, що на 5 % менше, ніж попереднього. Слід зазначити, що на потреби перегляду і раціоналізації споживчого кошика українського населення Постановою Кабінету Міністрів України № 780 від 11.10.2016 року «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» було переглянуто споживчий кошик 2000 року і затверджено нові нормативи мінімального споживання продуктів харчування та непродовольчих товарів [5]. Відповідно до цього документу кількість калорій добового раціону становить для працездатного населення 2790,8 ккал, для непрацездатного – 2072,8 та для дітей відрізняється в залежності від віку. У середньому для усіх груп населення цей показник складає 2390,5 ккал. Таким чином, фактична енергетична цінність раціону на 17 % перевищує мінімальний норматив, що зовсім незначно.

Аналіз даних Державної служби статистики [1] щодо динаміки калорійності середньодобового раціону населення регіонів України у 2013-2015 роках у порівнянні з рекомендованим нормативним показником (2500 ккал) свідчить про перевищення енергетичної цінності раціону за усіма регіонами в динаміці, окрім Луганської області, частина якої знаходиться в зоні дії АТО. Слід врахувати, що норматив близький до мінімально допустимого порогового значення, який використовується для розрахунку прожиткового мінімуму. Тому перевищення

показників за регіонами і в загальному в Україні видається лише на перший погляд нормальною ситуацією. Водночас середньодобова калорійність раціону харчування населення України у 2015 році лише на 8,2 ккал перевищує мінімальний показник, встановлений для працездатного населення (2790,8 ккал), і його величина характеризує мінімальну енергію, необхідну для виживання.

Разом з тим, якщо врахувати нормативи витрат енергії для працюючих осіб, які наведені у Наказі МОЗ України від 18.11.1999 року № 272 «Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії» [6], то енергетична цінність раціону харчування у розмірі 2500 ккал задовольнятиме потреби жінок, які зайняті на роботах першої-другої груп складності, і чоловіків, професійна діяльність яких належить до розумової праці. Енергетичні надходження у вказаному розмірі задовольняють потреби осіб похилого віку, а також дітей до 10 років. Отже, енергетична цінність раціону населення України лише на перший погляд здається достатньою.

За оцінками ВООЗ 55 % добового раціону повинне забезпечуватися за рахунок споживання продуктів тваринного походження. Однак, за даними органів статистики [1] 71-77% надходжень енергії в організм українця відбувається за рахунок продуктів рослинного походження, що не відповідає наведеному вище нормативу. Причиною цього є висока вартість продуктів харчування, що мали б насамперед забезпечити потребу у білках та жирах тваринного походження, – м'яса, риби, молочних продуктів. Так, ціна на яловичину у грудні 2015 року склала 84,02 грн. (6 % мінімальної заробітної плати у цей період), на рибу морожену – 64,25 грн. Тому варто дослідити питання структури раціону харчування (табл. 1).

Таблиця 1

Споживання основних продуктів харчування населенням України у 2010-2015 роках щодо норм споживання на енергетичної цінності продуктів, кілограмів/особу

Групи продуктів харчування	Норми споживання		Енергетична цінність, ккал/100г***	Роки						У % 2015 рік до 2010 року
	раціональні*	мінімальні**		2010	2011	2012	2013	2014	2015	
М'ясо та м'ясопродукти	80	53	241	52,0	51,2	54,4	56,1	54,1	50,9	97,9
Молоко та молочні продукти	380	143,5	195	206,4	204,9	214,9	220,9	222,8	209,9	101,7
Яйця (шт.)	290	220	163	290	310	307	309	310	280	96,6
Хлібні продукти	101	101	235	111,3	110,4	109,4	108,4	108,5	103,2	92,7
Картопля	124	95	77	128,9	139,3	140,2	135,4	141,0	137,5	106,7
Овочі та баштанні продовольчі культури	161	110	31	143,5	162,8	163,4	163,3	163,2	160,8	112,1

Плоди, ягоди та виноград (без переробки на вино)	90	64	49	48,0	52,6	53,3	56,3	52,3	50,9	106,0
Риба та рибні продукти	20	13	140	14,5	13,4	13,6	14,6	11,1	8,6	59,3
Цукор	38	24	399	37,1	38,5	37,6	37,1	36,3	35,7	96,2
Олія	13	7,1	899	14,8	13,7	13	13,3	13,1	12,3	83,1

* За термінологією МОЗ України, визначеною у: «Орієнтовний набір основної продовольчої сировини і харчових продуктів для забезпечення у середньому на душу населення на 2005-2015 роки» [3]

** для працездатного населення [5]

*** Розраховано автором за [4, с. 481-501]

За проведенням у табл. 1 аналізом виявлено, що у динаміці за 6-річний період населення України почало споживати на 6,7 % більше картоплі, на 12,1 % овочів та баштанних продовольчих культур, а також на 6,0 % - плодів, ягід та винограду. Дещо збільшилось споживання молока та молочних продуктів. Усі ці групи продуктів характеризуються невисокою калорійністю, тому не вплинули визначальним чином на зростання кількості споживаних населенням України калорій.

Однак зовсім інші висновки можна зробити виходячи з даних рис. 1, який характеризує дотримання норм споживання основних груп продуктів харчування населенням України у порівнянні з мінімальними та раціональними нормативами.

Незважаючи на встановлене вище зростання споживання деяких груп продуктів, власне за цими групами, окрім картоплі та хлібопродуктів, не дотримуються раціональні норми споживання, а за плодами, рибопродуктами та м'ясом – навіть мінімальні. Так, споживання риби та рибопродуктів у 2015 році становить 66,2 % раціональної та 43,0 % мінімальної норм. Відповідні показники за групою плодів, ягід, винограду становлять 56,6 та 79,5 %. Не сягає мінімальних норм у 2015 році також і споживання м'яса та м'ясопродуктів (96,0 % мінімального нормативу), і у попередні роки рівня було досягнуто лише мінімальних норм, а раціональні виконувалися не більше чим на 70 %. Отже, норми раціонального споживання продуктів у 2015 році досягаються лише за хлібопродуктами та картоплею (і майже досягаються за групою овочів і баштанних культур), що жодним чином не може позитивно характеризувати раціон харчування населення України.

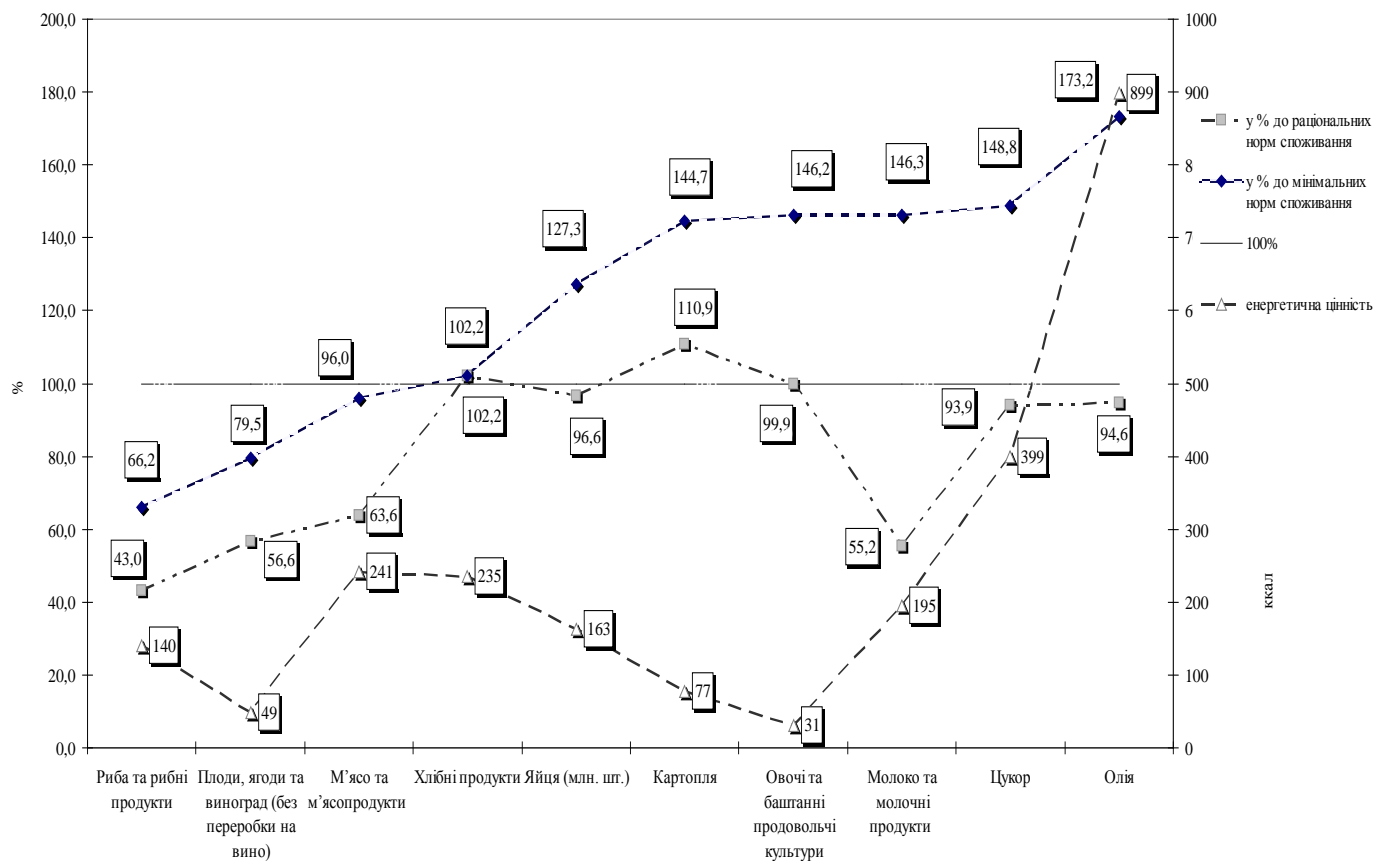


Рис. 1. Дотримання раціональних і мінімальних норм споживання населенням України у 2015 році *

* Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [1]

Таке становище з структурною незбалансованістю харчування та енергетичною недостатністю раціону відповідно до витрат енергії у процесі праці не сприяє формуванню якості людського потенціалу України, а саме: збіднює раціон харчування дітей та підлітків, створює підґрунтя для погіршення здоров'я, утруднює відновлення працездатності, підвищує ймовірність різноманітних захворювань, скорочує тривалість життя.

Недостатність енергетичного вмісту та незбалансованості харчування населення України, очевидно, за основні має економічні причини. За вибірковими обстеженнями домогосподарств 54,8 % усіх витрат господарств України припадає на продовольчі товари та харчування [2]. У той час як в європейських країнах така частка не сягає вище 25 %, а мешканці Великобританії і Швеції – менше 10 % (дані за 2013 рік [7]).

Висновки. Таким чином, надходження енергії з харчовими продуктами в організм людини в Україні характеризується низкою тенденцій, здебільшого негативних при комплексному оцінюванні. Встановлено, що енергетична цінність споживаної мешканцями України їжі може забезпечити витрати енергії лише для чоловіків-працівників розумових видів діяльності та жінок, які зайняті на роботах розумової та легкої фізичної праці.

При цьому усі нормативи, що стосуються рекомендованих обсягів споживання продуктів харчування і діють в Україні, були переглянуті у

2016 році, однак для працездатного населення не підвищувалися. Норми витрати енергії у залежності від інтенсивності трудової діяльності востаннє переглядалися у 1999 році. Така застаріла система норм і нормативів не може цілком адекватно відображати реальну картину, що склалася в системі енергетичного балансу мешканця України. Негативні тенденції у споживанні продуктів харчування населення України за останні роки поглиблюються у зв'язку з нарощуванням темпів інфляції, значним скороченням реальних доходів населення.

Питання збалансованого харчування у поєднанні зі способом життя давно носить характер глобальної проблеми і є предметом уваги міжнародних організацій. Однак у світі, Європі зокрема, для вирішення проблем збалансованого харчування та збільшення фізичної активності населення ведеться різнопланова регулятивна діяльність, чого не можна сказати про Україну.

У межах проблеми, що розглядається у даному дослідженні, споживання продуктів харчування в Україні має відповідати політиці конс'юмеризму і бути комплексно спрямованою на вирішення питань:

1) зростання доходів населення, що уможливить оптимізацію раціону харчування населення України та розширить доступ до більш високоякісних продуктів, збалансує раціон відповідно до потреб та фізичної активності;

2) оновлення науково обґрунтованих норм споживання з урахуванням соціально-демографічних характеристик населення, фізичної активності, особливостей організму (швидкості метаболізму, ваги), а також умов регіонального середовища;

3) формування суспільної ідеології, що базується на цінностях здорового збалансованого харчування, фізично активного способу життя, формування культури харчування; розбудова системи захисту прав споживачів на ринку продовольства.

Зазначені заходи можуть бути доповнені цілою низкою інших; комплексна політика енергетичного наповнення та збалансованості раціону харчування населення України – один із ключових напрямів забезпечення здоров'я людського потенціалу та формування його високої якості.

Література

1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України [Текст] : Статистичний збірник. – Державна служба статистики України. – Київ, 2016. – 55 с.

2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2015 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) [Електронний ресурс]. : Статистичний збірник. – У 2-х частинах. – Ч. II. – Державна служба статистики України. – К., 2016. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publdomogosp_u.htm

3. Звіт про стан продовольчої безпеки України у 2013 році [Електронний ресурс]. : Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим

доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=47901028-8f47-4308-ab68-efffecacb4ed>

4. Карпенко П. О. Основи раціонального і лікувального харчування [Текст] : навч. посіб. / П. О. Карпенко, С. М. Пересічна, І. М. Грищенко, Н. О. Мельничук ; за заг. ред. П. О. Карпенка. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 504 с.

5. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України № 780 від 11.10.2016 року. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF>

6. Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18.11.1999 р. № 272. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0834-99>

7. У 2013 році серед європейських країн в Україні найбільше витратили на продукти харчування, а найменше на культуру [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://infolight.org.ua/content/u-2013-roci-sered-ievropeyskih-krayin-v-ukrayini-naybilshe-vitratili-na-produkti-harchuvannya-naymenshe-na-kulturu>

Stepura T.M.

ENERGY VALUE OF DIET IN FORMATION OF HUMAN POTENTIAL QUALITY IN UKRAINE

The article presents researching the role of the nutrition's energy content in shaping the quality of human potential regions of Ukraine. The article considers on structure and values of the nutrition. There is established energetic disbalance of the nutrients. Certain ways of developing a comprehensive state policy of improving balance and energy value of the inhabitants's of Ukraine nutrients.

Key words: *quality of human potential of Ukraine, energy balance of diet, calorie content.*

*Стручок Н.М., к.е.н., в.о.доцента кафедри економіки і маркетингу
Львівський інститут економіки і туризму
Васильчак С.В, д.е.н., професор кафедри підприємництва, товарознавства
та експертизи товарів Львівський інститут економіки і туризму
Дубина М.П., к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства, інновацій
та дорадництва в АПК імені І.В. Поповича Львівського національного
університету ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З. Гжицького*

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

В статті висвітлено підходи до трактування поняття «туристичний брендинг», деталізовано причини інтенсивного використання брендингу в туризмі, обґрунтовано чинники формування брендингу туристичних дестинацій.

Ключові слова: бренд, туристичний брендинг, архітектура брендингу, туристчинадестинація.

Працюючи в умовах конкурентної боротьби, більшість українських підприємств в галузі туризму дійшли до розуміння того, що їхні послуги якимось чином повинні відрізнитись від послуги сусіда по галузі – тоді споживач легше і швидше знайде їх. Особливо актуально це для тих виробників, чиї послуги мають багато аналогів і самі вони не мають власного ресурсу, щоб виділитись, дистанціюватися від товару конкурента. До них належать туристичні підприємства, які здебільшого мають однаковий асортимент послуг.

Проблематику дослідження формування та реалізації брендів на сучасному етапі розвитку маркетингової науки висвітлено у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: М.О. Макашев, Д. Зеркаль, А.Н. Матанцев, М. Ліндсгрім, А. Ельвуд, Н. Карої, М. Карого, О. Володченко, О. Петровича, Я. Ващука, Р. Колядюка та інші. В той же час, незважаючи на вагомий вплив на працювання, проблема формування бренду підприємств туристичної індустрії, а також різний вплив зовнішнього середовища на їх розвиток, особливо в умовах економічної кризи, залишається актуальною.

Мета стратегії брендингу - створення бренду для різного роду послуг як необхідна умова успішного розвитку і прибутковості [1].

Сенс створення бренду - можливість передати споживачам унікальне послання у вигляді символу (бренду). Під брендом розуміють сукупність інформації про компанію, послугу чи продукт, а також як юридично захищену та легко впізнавану символіку продукту або ж виробника [2]. Зовнішній образ і внутрішній зміст бренду повинні викликати бажання купити продукт або скористатися послугою спонукати залишатися відданими клієнтами підприємства протягом довгого часу.

Туристичний брендинг— це кульмінація широкого спектру напрямів діяльності з усього набору засобів маркетингу, що дозволяє створити імідж туристичного бренду, який передає весь набір сигналів споживачу про якість, ціну і статус туристичного бренду.

Інтенсивне використання бренда в туризмі в кінці XX століття на початку XXI століття пояснюється рядом чинників:

❖ Нематеріальністю туристичних продуктів. Туроператори пропонуючи туристичний продукт не мають можливості продемонструвати його споживчу цінність, оскільки єдиним джерелом візуалізації туристичного продукту залишаються або можливості курортних зон, або щасливі обличчя відпочивальників;

❖ Ріст конкуренції на туристичному ринку, що супроводжується переходом від цінової до конкуренції якості туристичних продуктів;

❖ Необхідність постійно модифікувати туристичний продукт, що додає для підприємства додаткові витрати на комплекс маркетингових комунікацій. Проте використання технології бренда дозволяє скоротити ці витрати додаючи в продуктову лінію тур – новинку, викликаючи тим самим довіду до нього та підвищуючи рівень лояльності споживачів до бренда, через постійне оновлення його продуктової стратегії;

❖ Зростання ролі агентів на туристичному ринку, жодне агентство не буде відмовлятися від продажу турів, у структуру якого входить відомий бренд;

❖ Застосування бренда в туризмі це його майбутнє завтра, адже торгові марки більш стійкі до змін ринкової кон'юнктури ніж для прикладу тур оператори.

Основою формування бренду туристичних дестинацій:

- тип туристів;
- стиль життя туристів
- тип відпочинку;
- природні характеристики;
- місцевий менталітет;
- отримані туристом психологічні та емоційні вигоди.

Для споживача бренд туристичної дестинації, це логотип, марка, візуальні елементи, що одночасно ідентифікують та диференціюють дестинацію, бренд подає інформацію про споживчу цінність для споживача, що асоціюється з дестинацією, бренд дозволяє акцентувати увагу на цікавих сприйняттях при відвідуванні туристичної дестинації.

Комплекс цінностей, що отримує турист виступає джерелом формування бренду туристичних дестинацій:

1) функціональні вигоди базуються на характеристиках самої дестинації: можливість відпочини, покращити своє здоров'я, отримати високоякісний сервіс, відпочити на гірськолижних курортах;

2) емоційні вигоди пов'язані з формуванням позитивного ставлення туриста до дестинації: отримати нові враження, яскраві знайомства;

3) вигоди пов'язані із задоволенням самовираження.

Враховуючи характеристики туристичного ринку, де об'єктом купівлі – продажу є послуга силу бренду туристичної дестинації формують такі складові: лояльність бренда, усвідомлення бренда, асоціації бренда, якість сприйняття. Обираючи туристичний бренд, споживач одержує переваги: він знає, якого рівня якості можна чекати від цього туристичного продукту (наприклад, престижна подорож забезпечує споживачу авторитет шляхом асоціації з ним, і, навпаки, дешевий тур може підсилити відчуття економності споживача і його здатності знайти хорошу цінність за відповідні гроші).

У багатьох випадках ключовий туристичний продукт (туристична дестинація) мало відрізняється від інших туристичних продуктів, а тому трактування брендингу туристичних дестинацій достатньо часто асоціюють із сукупність поодиноких брендів та суббрендів, відносно яких слід проводити спільну політику управління, яка побудована на концепції архітектури бренду:

1 рівень : Збірний бренд – регіональний бренд ;

2 рівень: Суббренд – місцевий бренд;

3 рівень: Підтримуючий бренд – бренд посередника;

4 рівень: Індивідуальний бренд – суб'єкт підприємницької діяльності в туризмі [3].

По відношенню до туризму цей підхід здається достатньо обґрунтованим, оскільки враховуючи роздробленість туристичних суб'єктів (туристичних дестинацій), а також незначну шкалу проведеної ними їх діяльності, дуже важко поодиноким надавачам послуг самостійно створити індивідуальний бренд. Створення індивідуальних брендів виокремленими суб'єктами є важким і затратним, а тому більш раціональним розв'язком є поєднання зусиль поодиноких із окресленого простору рецепції і формування інтегрованого бренду певного туристичного призначення.

У своїх працях Саймонт Анхольт розкрив суть брендингу територій, моделі стратегічних цілей, методики визначення та обґрунтування доцільності застосування інструментів брендингу для окремих територіальних одиниць, туристичних дестинацій [5]. Опираючись на результати дослідження доречно запропонувати 8 принципів брендингу туристичних дестинацій:

1. Брендинг туристичних дестинацій формує цінність міста, регіону або держави.

2. Туристичні дестинації досить часто страждають від застарілого, незбалансованого іміджу, або кліше. Одним із завдань брендингу є донесення правдивої і повної інформації в ефективній формі.

3. Бренд туристичних дестинацій має сформувати довіру, незаперечне і стійке уявлення про своє майбутнє в контексті загальносвітового майбутнього. Це підтримує загальну мету реального поліпшення економічного, політичного, культурного і соціального добробуту народу.

4. Брендинг туристичної дестинації може і повинен бути використаний для досягнення соціальної, політичної і економічної мети.

5. Необхідно виявляти, допомагати і направляти досвід населення, а також

творчо його використовувати для досягнення нових ідей в освіті, бізнесі, управлінні, мистецтві і збереженні довкілля.

6. Важливо показати туристичну дестинацію з кращого боку, та розповісти про це привабливими, правдивими фразами, що мотивують і запам'ятовуються.

7. Брендінг туристичних дестинацій об'єднує людей, вітчизняні і зарубіжні інститути.

8. Брендінг туристичних дестинацій – це довгостроковий проект. Створення стратегії і її застосування вимагає часу, зусиль, мудрості і спокою; якщо все зроблено вірно, довгострокові переваги – матеріальні і нематеріальні, безумовно, перевершають витрати.

Таким чином, процес формування брендінгу туристичної дестинації спрямований на керування взаєминиз споживачами на турринках і відіграє важливу роль в успіху й прибутковості міста, регіону, області, країни. Процес формування бренду туристичного продукту (туристичної дестинації) повинен бути спрямований на створення позитивних емоцій та викликання зацікавленості у споживача, інформування споживача про найцінніші аспекти турпродукту (туристичної дестинації).

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств / Л.В. Балабанова, О.А. Риндіна. – К. : Професіонал, 2006. – 336 с.

2. Козлова Т. Брендінг или как рождаются звезды // Новости турбизнеса. Брендінг. – 2007. – №11(85). – 50 с.

3. Норіцина Н.І. Концептуальні основи формування бренду на українському ринку // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №3-4. – С.40-46.

4. Товарний брендінг у маркетингу та комунікативному менеджменті : навчальний посібник / О.В. Штовба ; Міністерство освіти і науки України, Вінницький національний технічний університет. - Вінниця : ВНТУ, 2014. - 190 с.

5. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

*Struchok N.M.,
Vasyl'chak S.V,
Dubyna M.P*

PRINCIPLES OF FORMATION BRANDING TOURIST

DESTINATIONS

In the article the approaches to the interpretation of the concept of "tourism branding" detailed reasons for intensive use in branding tourism justified factors shaping branding tourist destinations.

Keywords: brand, branding, tourism, architecture branding tourist destinations.

Тимчишин-Чемерис Юлія Василівна
к.е.н., в.о. доцента кафедри обліку і фінансів
Гелей Людмила Олегівна
к.е.н., в.о. доцента кафедри обліку і фінансів
Львівський інститут економіки і туризму

ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація. Висвітлено основні аргументи на користь розвитку регіональних банківських систем в економічній, соціальній, екогосподарській, іміджевій, ідеологічній площині. Обґрунтовано міру регіоналізації розвитку банківської системи країни та які при цьому ризики і перспективи мають враховуватись. Розглянуто фактори впливу на регіональну політику розвитку банківської системи в розрізі мега-, макро-, мезо- та мікрорівнів.

Ключові слова: регіональна банківська система, міра регіоналізації, ефективність, фактори впливу, регіональна політика розвитку банківської системи.

Розвиток національної економіки неможливий без ефективно функціонуючої банківської системи на загальнодержавному і регіональному рівнях. Це вимагає дослідження особливостей формування регіональних банківських систем.

Нерівномірність регіонального розвитку й рівня життя населення створюють передумови для соціальної напруги в суспільстві, загрожують територіальній цілісності країни, уповільнюють динаміку соціально-економічних показників, ринкових перетворень і їх соціальної та економічної ефективності. Тому головні цілі регіональної політики спрямовуються на вирівнювання існуючих диспропорцій, зростання економічної активності населення, покращення використання природних, трудових й матеріальних ресурсів та забезпечення фінансової стабільності розвитку регіонів шляхом поєднання фіскальних та грошово-кредитних інструментів й методів. Завдяки особливостям своєї діяльності саме банки забезпечують рух і перерозподіл фінансових ресурсів шляхом проведення розрахунків і платежів, кредитування суб'єктів підприємницької діяльності й домашніх господарств на основі наявного ресурсного потенціалу.

Цій проблематиці приділили значну увагу в своїх наукових працях провідні вітчизняні вчені: О. Барановський, Т. Васильєва, В. Геєць, З. Герасимчук, І. Вахович, М. Долішній, О. Другов, О. Копилук, О. Скаско, Т. Смовженко та інші.

Теоретико-методологічне обґрунтування прикладної значимості розвитку регіональних банківських систем постійно стикається з дискурсом доцільності регіоналізації регуляторних впливів у банківській сфері. Банківська система безумовно є дуже важливою для кожної країни. Вона постає вагомим

імперативом рівня її соціально-економічного розвитку на інноваційних засадах. Також вона є потужним стабілізатором і регулятором системи усіх видів відносин у державі, особливо тих, котрі ґрунтуються на фінансово-кредитних інтересах. Практика регіоналізації розвитку банківської системи настановує на політичні підходи побудови адміністративно-територіального устрою держави – зі схильністю до федералізації. Водночас теоретико-методологічний контекст розвитку регіональних банківських систем повинен передбачати формулювання прикладних аргументів на їх користь з безперечним розумінням цілісності фінансово-кредитної системи, формування інституціонального середовища в країні з унітарним устроєм, яке служить балансуванню інтересів задля покращення якісних характеристик життя населення через зростання рівня його добробуту [3]. Відтак узагальнення всіх аргументів на користь потреби розвитку регіональних банківських систем повинно допускати їх формулювання:

1) в економічній площині – з позиції економічного зростання із нагромадженням фінансових активів та їх спроможністю різновекторного, цільово затребуваного спрямування у пріоритетні для регіону види економічної діяльності, напрями зовнішньої торгівлі (через підтримку валютних операцій з метою забезпечення достатнього рівня ліквідності банківських установ), окремі сфери суспільного життя (зокрема житлово-комунальне господарство), які на даний момент вимагають покращення матеріально-технічного стану;

2) у соціальній площині – з позиції задоволення потреб населення регіону через доступ до фінансово-кредитних ресурсів зі специфічними споживчими вподобаннями (структурою споживчих витрат), рівнем доходу домогосподарств, силою впливу міграційного капіталу та ін.;

3) в екогномологічній площині – з позиції оптимального використання ресурсів згідно потреб людини, що передбачає їх задоволення з одночасним урахуванням можливостей довкілля, часових затрат на відновлення ресурсного потенціалу регіону;

4) в іміджевій площині – з позиції формування іміджу регіону як потужного ділового центру, з можливостями розвитку бізнесу, залучення фінансових активів, стимулювання інвестиційної діяльності в стратегічних сферах господарювання, які інституціоналізуються як специфічні для відповідних територій (особливо це має значення для так званих монофункціональних міст, регіонів);

5) в ідеологічній площині – з позиції виховання патріотизму споживання послуг суб'єктів господарювання, що розміщені у межах регіону (регіональних банків) як осередків бізнесової діяльності, стимуляторів інших видів ділової активності, державно-приватного партнерства, меценатства (згідно концепції соціальної відповідальності бізнесу) та ін.

В економічній науці основними аргументами на користь розвитку регіональних банківських систем є такі, що відзначаються економічним характером. Уже неодноразово зазначалось, що перевага розвитку регіональних банківських систем, а відтак регіоналізації регулювання банківської системи країни, має полягати в можливості застосування спеціальних підходів до

надання банківських послуг суб'єктам господарювання в пріоритетних для регіону видах економічної діяльності. Окрім того, це можуть бути інноваційні сфери господарювання і держава таким чином через банківські установи може забезпечувати інноваційні процеси з подальшим їх акумуляційним вираженням у модернізаційному прориві.

Поряд з економічними аргументами доцільно представити переваги розвитку регіональних банківських систем іншого, неекономічного характеру, які в стратегічному підсумку за умов ефективної діяльності банківських установ все одно трансформуються в показники економічного зростання. У першу чергу тут актуалізується значимість соціальних переваг. Сучасне суспільство повинно розвиватись так, щоб надавати можливості для людини формувати, використовувати і розвивати свої трудові потенційні характеристики. Відтак для різних регіонів мають місце певні специфікації щодо типів економічної поведінки (зокрема схильностей населення до підприємницької діяльності), здобуття рівня освіти (вищої, післядипломної, що потребує більших фінансових затрат), сімейного укладу, способу життя, територіальної мобільності та ін. Усе це формує потребу володіння певними фінансовими активами. За таких умов звернення до банківських установ мало би бути логічним рішенням. Таким чином, банківські установи можуть вирішувати численні проблеми життєдіяльності і розвитку людини, що виражаються в рівні її добробуту:

- щодо здобуття освітнього рівня, у т.ч. в рамках неперервного навчання – шляхом надання освітнього кредиту;

- щодо покращення умов проживання, купівлі товарів довготривалого користування, у т.ч. транспортних засобів – шляхом надання споживчого кредиту;

- щодо збільшення можливостей доходу через підприємницьку діяльність – шляхом надання цільового кредиту, інформаційно-роз'яснювальної, посередницької діяльності при пошуку партнерів, способів реалізації бізнес-ідей, зокрема в інноваційнісних видах економічної діяльності;

- щодо окремих соціальних категорій громадян, які підтримуються у рамках державних і регіональних соціальних програм – шляхом надання соціального кредиту;

- щодо лікування, вирішення інших особистісних (специфічних) проблем – шляхом надання цільового кредиту;

- щодо туристичних подорожей – шляхом надання споживчого кредиту;

- щодо інших цілей – шляхом надання нецільових кредитів, що здебільшого оформляються за спрощеною процедурою, видаються на незначний термін, є в незначному грошовому еквіваленті та не вимагають довідки про доходи особи, яка бере кредит [3].

Саме в соціальній площині проявляється рівень інституційної довіри населення до банківських установ [4]. У випадку недостатнього її формування має місце схильність населення до позик в неофіційному секторі – як через нелегальні кредитні організації, так і через залучення коштів у знайомих, родичів, інших осіб ближчого і дальшого (за рекомендацією) соціального

оточення. Наразі якість діяльності банківських установ у регіонах України зазнала суттєвих покращень, а позитивний досвід споживання їх послуг значною кількістю населення, підвищення рівня його фінансової грамотності (зокрема через часто «вимушене» користування платіжними системами з метою одержання заробітної плати, пенсійного, інших видів соціального обслуговування) призводить до постійного збільшення кількості осіб, які диференціюють своє споживання в банківському секторі (за умов достатньої фінансової стабільності). Тому банківська система має пряме відношення до рівня розвитку, добробуту населення в регіоні.

Іміджеві переваги розвитку регіональних банківських систем дуже тісно корелюють з можливістю одержання в подальшому економічних вигод [1, с. 123]. Для регіону з добре розвиненою банківською системою апіорі формується вища схильність інвесторів, інших суб'єктів до здійснення тут своєї бізнесової діяльності. Добре розвинена банківська система при цьому означає:

- розгалужену територіальну організацію банківських установ, без надмірної концентрації в обласному центрі;
- достатню наявність регіональних банків як іміджевих осередків, що підтверджують високий рівень розвитку фінансово-кредитної системи регіону, є його своєрідною «візитною карточкою»;
- достатню диференціацію банківських послуг – як щодо розвиненого кредитного портфеля, так і щодо надання специфічних послуг, які можуть розроблятися навіть індивідуально під вимоги окремого клієнта;
- наявність висококваліфікованих фахівців, що володіють прогресивними навиками діяльності в банківській сфері, здатні продукувати інноваційні ідеї та рішення щодо організації банківської діяльності, пропозиції банківських послуг, підходів обслуговування клієнтів, управління персоналом у межах банку і формування корпоративної культури та ін.;
- чітко організовану практику державно-приватного партнерства, соціального діалогу, формування парабанківської системи в регіоні з вагомністю пропозицій стосовно можливих об'єднань банківських установ;
- практику місцевих органів державної влади ефективної участі в банківській системі через надання децентралізованих кредитів, випуск муніципальних облігацій, інші форми державно-приватного партнерства;
- високий рівень ефективного впливу банківської системи на регіональну економіку, рівень добробуту населення.

Для формування іміджу регіону з розвиненою банківською системою, а значить і з достатнім рівнем бізнесової активності, вагому роль відіграє наявність регіональних банків. Тому регіональні банки зі специфічним інституціональним середовищем, більшим розумінням своєї функціональної значущості на регіональному ринку банківських послуг є доступніші для клієнтів з пропозицією різних послуг та наявністю необхідної кваліфікації кадрів на місцях. Усе це дає змогу говорити, що діяльність регіональних банків відіграє дуже велику роль для формування достатніх іміджевих характеристик конкретного регіону в загальнодержавних та міжнародних масштабах [6].

Специфічними є переваги розвитку регіональних банківських систем в ідеологічній площині. Практика споживання послуг банків через те, що він є регіональним, тобто концентрує фінансові активи рідного краю, є платником податків до місцевих бюджетів, часто пояснюється патріотичними мотивами постійного населення. Враховуючи специфічне інституціональне середовище регіонів України, особливо західних, де прояви любові до українського є особливо вираженими, розвиток регіональних банків може бути дуже успішним та іміджевим. Таким чином, переваги розвитку регіональних банківських систем проявляються у різних площинах, без обмежень в суто економічних (комерційних) характеристиках. Виходячи з цього регіоналізація розвитку банківської системи країни є потрібною, але за певних умов. Задля реального досягнення згаданих переваг розвитку регіональних банківських систем повинна дотримуватись умова централізованого регулювання.

Постає питання, яким чином розвивати регіональні банківські системи, не порушуючи при цьому цілісності банківської системи країни як складової фінансово-кредитної системи і як важливого імператива національної (фінансової) безпеки. Вирішення такого питання можна здійснити шляхом обґрунтування міри регіоналізації розвитку банківської системи країни, яка буде проявлятися при:

- 1) реалізації політики розвитку банківської системи країни;
- 2) функціонуванні банківських установ, інших суб'єктів ринку банківських послуг зі співвіднесенням участі в економіці регіону транснаціонального, національного і регіонального банківських капіталів.

Перший напрям прояву міри регіоналізації розвитку банківської системи передбачає чіткий субординаційний розподіл повноважень профільних центральних та місцевих органів державної влади. У першу чергу це співвіднесення функцій НБУ і його територіальних підрозділів, а також взаємодії з іншими профільними структурами, які здійснюють свою діяльність в економічній і фінансовій сферах. Мова йде про, для прикладу, координацію функціональних зобов'язань Міністерства фінансів України та головних управлінь фінансів облдержадміністрацій, Міністерства економічного розвитку та торгівлі України та головних управлінь економіки облдержадміністрацій, постійно діючих депутатських комісій профільного спрямування – при Верховній раді України та при радах народних депутатів обласних рад і т.д.

Тобто визначення міри регіоналізації розвитку банківської системи країни через функціональний розподіл може здійснюватись з допомогою організаційного забезпечення (інституційну основу). В основі розподілу функціональних повноважень регулювання банківської системи при цьому має лежати балансування національних і регіональних інтересів.

Другий напрям, що відображає міру регіоналізації розвитку банківської системи країни, проявляється через діяльність банківських установ залежно від приналежності їх капіталу у різних просторових вимірностях. У випадку достатніх конкурентних позицій на регіональному ринку банківських послуг так званих регіональних банків і розвиненого конкурентного середовища з

пропозицією якісних банківських послуг, задоволенням споживчих та інших потреб населення, можна говорити про ефективність регіональної політики розвитку банківської системи країни. Тобто, другий прояв міри регіоналізації випливає з першого – підходів регуляторних впливів з розподілом функціональних повноважень профільних державних структур на різних інституційних рівнях.

Окреслимо, на яких засадах має обґрунтовуватись міра регіоналізації розвитку банківської системи, які при цьому ризики і перспективи мають враховуватись. Схематичне узагальнення такого обґрунтування – на рис. 1 [5].



Рис. 1. Основні вектори наслідковості регіоналізації розвитку банківської системи

Бачимо, що площа виникнення ризиків аналогічна, як і при означених перевагах регіоналізації розвитку банківської системи та регуляторного впливу

на неї. Мається на увазі наступна сутність зазначених ризиків:

- економічні ризики. Вони виникають за умов надмірної націленості банківського капіталу в стратегічні види економічної діяльності, що можуть поглиблювати монофункціональність регіональної економіки, підвищуючи таким чином залежність від одного виду економічної діяльності та обмежуючи можливості розвитку інших сфер господарювання. Негативізм рішень про стимулювання з боку банківських установ розвитку окремих видів економічної діяльності може також бути зумовленим апріорі хибним їх обранням з регламентуванням у нормативно-правових документах регіонального значення та ін.;

- соціальні ризики. Такі ризики проявляються відносно поглиблення розриву в суспільстві за рівнем доходу – залежно від вмісту населення використовувати переваги споживання банківських послуг, рівня його фінансової грамотності, правової культури. Також може виникати загроза більшого доступу до можливостей розвитку і покращення умов життєдіяльності тих категорій осіб, що володіють міграційним капіталом (здійснюють регулярні перекази грошових коштів з-за кордону), значними грошовими заощадженнями. Відносно окремих груп осіб, що є, для прикладу, власниками регіональних банків та накопичили таким чином значні фінансові активи, може формуватись недоброзичливе відношення, певна соціальна напруга [5].

- екогномологічні ризики. В основному вони виникають на тлі необґрунтованої експлуатації ресурсів регіону, особливо що стосується природних багатств. Мається на увазі, що при вигідності залучення кредитних ресурсів і здійснення, для прикладу, підприємницької діяльності з обробки, продажу природних ресурсів можливе надмірне навантаження на такі природні об'єкти з невідповідністю темпам їх відновлення. Те саме стосується й об'єктів антропогенного походження, зокрема які представляють собою історико-культурну цінність. Для прикладу, активний розвиток туризму через залучення кредитних ресурсів призведе до збільшення обсягів туристичних потоків;

- іміджеві ризики. Вони означають, що для окремих регіонів може формуватись реноме відсталого, периферійного в силу того, що тут попередньо була слабо розвинена банківська сфера. Відтак надалі такому регіону дуже важко долати таку ситуацію і конкурувати з іншими областями, банківські системи котрих є значно розвиненішими;

- ідеологічні ризики. Можливість використання кредитних ресурсів, диверсифікації джерел доходу для населення може суттєво деформувати систему цінностей, надмірно матеріалізувати цільові орієнтири суспільства. Кар'єризм, прагнення підприємницької діяльності, накопичення коштів та розміщення їх на депозитних рахунках, інше їх спрямування з допомогою банківської системи можуть формувати нездорове середовище в регіоні з чітко вираженими меркантильними орієнтирами.

Визначення міри регіоналізації розвитку банківської системи повинно ґрунтуватись на принципах організації всієї фінансово-кредитної системи країни. Принципи централізованості, відповідності національним інтересам визначають

безумовність розвитку регіональних банківських систем як узалежнених фінансових просторових утворень. В іншому випадку порушується цілісність фінансово-кредитної системи, що може становити загрозу адміністративно-територіальному устрою держави.

Таким чином, міра регіоналізації має слугувати своєрідним балансом макро- і мезоінтересів з потребою їх задоволення через перерозподіл фінансово-кредитних ресурсів. З одного боку, мають враховуватись специфічні характеристики регіонів та потреби розвитку їх підсистем, для яких банківська сфера слугує каталізуючим чинником. З іншого ж боку, мають чітко дотримуватись державні інтереси з неприпустимістю відходу від регламентованих стандартних засад організації банківської діяльності [7].

До основних факторів впливу на регіональну політику розвитку банківської системи доцільно систематизувати в розрізі мега-, макро-, мезо- та мікрофакторів [2].

До основних факторів мегарівня належать: глобалізація, інтеграційні процеси, рух міжнародного капіталу, кризові явища світового масштабу (світова фінансово-економічна криза), політика міжнародних організацій та глав урядів країн G7, функціонування провідних фондових бірж-членів Світової федерації бірж (World federation of exchanges, WFE) тощо.

Фактори макrorівня, що формуються в загальнодержавному вимірі, доцільно традиційно розподілити в розрізі природних, демографічних, економічних, соціальних, культурних, політико-правових, науково-технічних та міжнародних.

Мезорівневі фактори впливу на регіональну політику розвитку банківської системи виражаються у відповідних підсистемах регіону. Відповідно групи факторів будуть визначатись таким чином: 1) економічні – в економічній підсистемі регіону; 2) демографічні – в підсистемі розселення регіону; 3) соціальні, культурні – в науково-освітній та соціотрудовій підсистемах регіону; 4) науково-технічні – в інноваційній та інформаційній підсистемах регіону; 5) політико-правові та міжнародні (транскордонне співробітництво) – в адміністративно-управлінській підсистемі регіону.

Щодо мікрофакторів впливу на регіональну політику розвитку банківської системи, то тут важливо розуміти їхню виняткову роль та абсолютну урегульованість з боку місцевих органів державної влади. Вважаємо, що такі фактори доцільно розподілити за групами мети й цілей діяльності, структури, технології, трудового потенціалу та корпоративної культури банківської установи. Такий класичний маркетинговий підхід у визначенні мікрофакторів впливу на регіональну політику розвитку банківської системи повною мірою дозволяє проводити детальну діагностику та моніторити діяльність банківських установ та інших суб'єктів, що входять у базову та розширену структури регіональної банківської системи, визначаючи основні стратегічні орієнтири подальшого розвитку [2].

Однією з ключових засад реалізації регіональної політики розвитку банківської системи України має постати формування та розвиток національної і

регіональних банківських систем у цілісності з балансуванням макро- та мезоінтересів. Іншими важливими умовами, що б засвідчували ефективність реалізації регіональної політики розвитку банківської системи України повинні виступати [3]:

- подолання міжрегіональної дивергенції за показниками соціально-економічного, інноваційного розвитку завдяки можливостям цільового спрямування банківського капіталу, підтримання споживацтва на належному рівні;

- підвищення рівня відповідальності місцевих органів державної влади, територіальних громад за економічний стан своїх територій (регіонів) через ефективність мобілізації, використання фінансово-кредитних ресурсів;

- відображення позитивних тенденцій розвитку регіональних банківських систем на загальних макроекономічних процесах, зокрема з формуванням потужних національних банківських структур з їх переходом у статус транснаціональних.

На нашу думку, розвиток регіональних банківських систем має здійснюватись через реалізацію регіональної політики. Наступні дослідження у даному напрямі повинні ґрунтуватись на розробці концептуальних напрямів реалізації перспективної політики розвитку регіональних банківських систем в умовах децентралізації влади, проведення адміністративно-територіальної реформи й трансформації функцій як Національного банку України, так й інших банків.

Список літератури:

1. Копилук О. І. Цільові орієнтири регіональної політики розвитку банківської системи та інструментарій забезпечення її розвитку / О. І. Копилук // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – Ужгород, 2014. – Вип. 1(42). – С. 120-126.
2. Копилук О.І. Систематизація факторів формування регіональної політики розвитку банківської системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201374/24-29.htm>
3. Копилук О., Тимчишин Ю. Формування регіональної політики розвитку банківської системи України в контексті субсидіарності національного та регіонального рівнів. / Копилук О., Тимчишин Ю. // Економічний дискурс (THE ECONOMIC DISCOURSE), Міжнародний Науковий Журнал (International Scientific Journal). – Тернопіль: 2016. – Випуск 2. – С. 101-110.
4. Соціальний капітал банківської системи [Електронний ресурс] // Економічна правда. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2011/03/23/278708/>.
5. Фінансовий потенціал регіону: механізми формування та використання: монографія / Сторонянська І.З., Козоріз М.А. та ін.. – Львів: ІРД НАНУ, 2012. – 306 с.
6. Частка іноземного капіталу в банківській системі України падає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/news/586034-chastka-inozemnogo-kapitalu-v-bankivskiy-sistemi-ukrajini-padae.html>.

7. Пилипчук Я.С., Голка І.О. Статистичне оцінювання надійності банківських установ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/78318.doc.htm.

*Tymchyshyn-Chemerys J.V.
Heley L.O.*

THE REGIONAL POLICY DEVELOPMENT'S FORMATION OF THE UKRAINE BANKING SYSTEM

Annotation. *Were presented the basic argument in favor of the regional banking system in the economic, social, ekohomology, imaging, and ideological plane. Grounded extent of regionalization development of the country's banking system and the kind of risks and prospects need to be taken into account. Were considered factors' impact on the regional policy development of the banking system in the context of mega-, macro, meso and micro level.*

Keywords: *regional banking system, extent of regionalization, effectiveness, factors' impact, regional policy development's formation of the banking system.*

Черевко Георгій Владиславович,
доктор економічних наук, професор
Львівський національний аграрний університет

ЛЮДИНА, ЕКОНОМІКА І ПРИРОДА У ЗРІВНОВАЖЕНОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Представлено основні функції навколишнього середовища по відношенню до економічної системи та людини як її елементу, основні види детермінізму виникнення конфліктів у взаємовідносинах між ними, види і способи їх регулювання, сучасні проблеми і значення природних ресурсів та їх охорони в контексті зрівноваженого розвитку сільських територій та можливі сценарії розвитку перспектив.

Ключові слова: *зрівноважений розвиток сільських регіонів, функції навколишнього середовища, економіка*

За результатами досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених є сформовані концептуальні засади зрівноваженого розвитку сільських територій стосовно їх основних аспектів, методика оптимізації та пріоритезації основних напрямів зрівноваженого розвитку сільських територій в залежності від конкретних локальних умов, визначена роль держави та органів місцевого самоврядування у реалізації концепції цього розвитку та комплекс інших проблем. Однак неузгодженість економічних, екологічних, соціальних, ідеологічних та політичних інтересів та динамічна нестійкість співвідношення пріоритетів у напрямках вирішення проблеми досягнення необхідної узгодженості між ними в Україні, особливо на фоні нерозв'язаності земельних питань, низької ефективності земельних відносин та сільського господарства, занепаду цілої низки його галузей, переважно жалюгідного рівня добробуту сільського населення та погіршеної якості природного середовища створює широке поле для подальших наукових досліджень загальної проблеми зрівноваженого розвитку сільських територій та ідентифікації дійсних потреб раціонального природокористування і ролі людини у створенні умов для їх задоволення. Важливими питаннями, що потребують більш детального вивчення, залишається визначення дійсної потреби у раціональному використанні природних ресурсів, запобігання дезорієнтації суспільства щодо реальних загроз зі сторони природного середовища в умовах його нераціонального використання, ідентифікація ролі людини та сфери її економічної діяльності у впливі на зміни природного середовища.

Зв'язок людини, економіки і природного середовища є об'єктивний і надзвичайно важливий. Протягом мільйонів років існувала рівновага між окремими видами живих організмів і станом природного середовища, хоча ця рівновага і час від часу порушувалась різними катаклізмами, що знищували

окремі живі організми, зокрема – найбільших тварин. Але так було в період, коли відносно мала кількість людей в незначній мірі використовувала невідновлювані природні ресурси. Ситуація почала кардинально змінюватись із збільшенням кількості людей. Чисельність населення постійно зростає: якщо 7000 років д.н.е. вона становила біля 10 млн. осіб, то на початку н.е. – 160 млн., а на сьогодні вона перевищує 7 млрд. осіб [3, с.4]. Розпочались пошуки нових територій для потреб розширення рільництва і для корчування лісів. Мали місце також пошуки нових способів виробництва сільськогосподарської продукції [4].

Історично після збиральництва і ловецтва пізнішими формами одержання засобів до існування стали вирощування рослин і утримання домашніх тварин, тобто – сільськогосподарське виробництво. Найважливішими наслідками рільничої революції стали: приріст кількості людей, головним чином у долинах річок; перехід до осілого способу життя, виникнення населених пунктів; поділ праці, початково на виробників рослинної продукції та пастухів; зростання значення чоловічої праці у господарській діяльності; виникнення майнової нерівності, розпадання первинних спільнот; розвиток торгівлі; культурний розвиток. У зв'язку із появою певного дефіциту природних ресурсів і збільшенням кількості населення планети, наступали зміни у підходах до організації сільськогосподарських підприємств і виробництва у них. В міру «загущення» населення і внаслідок обмеженості засобів виробництва люди все більше конкурують між собою за можливість мати цих засобів побільше, серед яких найважливішими є земля, капітал, праця, технології, знання, інформація і час. Найшвидші темпи вказаних процесів проявились у найбільш промислово розвинутих країнах. Тому не випадково саме у Західній Європі суспільство найперше зауважило загрози для природного середовища і задумалось над проблемами раціонального використання природних ресурсів. У міру загострення проблем із якістю навколишнього природного середовища подібні питання виникли і у решті частин світу, що в кінцевому підсумку на якомусь із етапів розвитку людства призвело до всесвітнього самміту у Ріо-де-Жанейро та утворення відомої концепції зрівноваженого розвитку сільських територій. Рівновага між системами: суспільною, економічною і природною є особливо важливою в тих сферах людської діяльності, де вона безпосередньо стикається з природою, де форма цієї діяльності і її результати безпосередньо залежать від природи. Такою сферою діяльності є якраз сільське господарство, а областю прояву її є сільські території.

Взаємодія людини з природою у процесі виробництва та споживання для забезпечення існування людства загалом є об'єктивним явищем. Взаємовідносини суспільства і природи полягають у тому, що фактори економічного зростання – трудові ресурси, засоби виробництва і природні ресурси – у комплексі використовуються суспільством для розвитку виробництва. Питання взаємовідносин суспільства і природи та використання природних ресурсів стають дедалі актуальнішими. І це зрозуміло, бо з розвитком виробництва вилучаються все нові багатства природи, зростає вартість сировини, збільшується кількість відходів, що викидаються у навколишнє

середовище. Однак, і це очевидно, було б неправильно вирішувати проблеми збереження ресурсів і середовища шляхом припинення росту або навіть скорочення обсягів виробництва. Такі припущення суперечать закономірностям розвитку людського суспільства і практично нездійсненні [2, с.5].

Пріоритети в зрівноваженому розвитку змінюються в залежності від рівня розвитку суспільства. В країнах з низьким рівнем економіки процеси зрівноваженого розвитку пов'язані в першу чергу з діяльністю, метою якої є виживання і досягнення приросту показників споживання. В країнах багатих і технологічно розвинутих, з високими доходами і рівнем споживання в зрівноваженому розвитку вбачається швидше охорона природного середовища при раціональному рівні і структурі виробництва і споживання [5]. В українському суспільстві, при все ще незадовільних параметрах економічної і суспільної сфери починає спостерігатись, крім прагнення підвищення економічного добробуту, потреба в раціональному господарюванні засобами природного середовища.

Сільське господарство і АПК в цілому є настільки складними соціально–еколого–економічними системами, що пояснювати існуючу аграрну кризу тільки однією з причин, ігноруючи наявність спільної дії економічних, правових, політичних, організаційних, соціальних, та інших факторів, є економічно некоректно. Тому, оскільки сучасний стан агропромислового комплексу є наслідком дії великої сукупності факторів – об'єктивних, об'єктивно-суб'єктивних, суб'єктивних, то вихід з цього стану можна знайти в одночасному, взаємоузгодженому, цілеспрямованому, всесторонньому, комплексному і збалансованому подоланні всіх наявних причин, що спровокували цей сучасний стан. Такий напрямок вирішення проблеми у світі отримав назву, що в англійській мові звучить як *sustainable development of rural areas* і яка на українську мову перекладається як зрівноважений розвиток сільських регіонів. Стабільний зрівноважений розвиток означає кількісні і якісні зміни між чинниками виробництва при дотриманні пропорційності змін і намаганні одержання максимального ефекту в довготривалому періоді.

На сьогоднішньому етапі розвитку науки, знань, цивілізації, стану середовища і зростання рівня усвідомлення потенційних загроз, концепція зрівноваженого розвитку регіонів є відповіддю на глобалізацію наростаючих проблем. Суттю цієї концепції є розумне поєднання економічних потреб людини з екологічними можливостями природи. Якщо на протязі багатьох тисячоліть взаємовідносини між людиною і природою мали стихійний характер, то на сьогодні є можливості об'єктивного характеру для їх обґрунтованого і планомірного регулювання. При цьому основні форми такого регулювання можуть бути двоякі – пряме державне регулювання (дирижизм) та ринкові заходи регулювання (неокласицизм), які на практиці діють найвищий ефект у варіанті їх змішаного використання (неокласичний синтез).

В сучасному контексті основні види функцій природного середовища по відношенню до економічного і людини як його елементу є наступні: постачання природних ресурсів; забезпечення місць для складування, зберігання та

асиміляції виробничих та побутових відходів; надання можливості існування в природному середовищі: простір для житла та відпочинку, естетична насолода від спілкування з природою, відправлення фізіологічних функцій людиною тощо, причому посилення однієї функції сприяє пригніченню інших, наприклад, збільшення обсягів використання природних ресурсів призводить до збільшення обсягів відходів, що посилює забруднення навколишнього природного середовища і зменшує можливості функції екологічної системи акумулювати та асимілювати забруднюючі речовини [1, с.37].

Основні види детермінізму виникнення конфліктів між навколишнім середовищем та економікою є: біологічний, енергетичний та технічний., представники яких вважали основними причинами виникнення зазначених конфліктів порушення природних взаємозв'язків між суспільством та довкіллям. Представники ж неокласичної школи шукали вирішення екологічних проблем в економічній площині, припускаючи, що саме недосконалість ринкового механізму породжує екологічні кризи [1, с.39].

Не виникає сумніву в тому, що природне середовище потрібно охороняти, і одним із ефективних способів такої охорони в умовах неможливості відмови від збільшення обсягів використання природних ресурсів є раціоналізація цього використання. Однак, як виявляється, при цьому можуть виникнути і виникають певні суперечності між інтересами зацікавлених у цьому процесі учасників. Наприклад, охорона природного середовища потребує певних коштів, притому – немалих, оскільки вона пов'язана із інвестиціями у очищення стоків, утилізацію відходів, компостування, сміттєзвалище. Фільтри тощо. До цього долучаються також витрати на експлуатацію і ремонт природоохоронного устаткування. Окремі особи та інституції не мають охоти до здійснення таких витрат, тому подібні інвестиції об'єктивно мають так званий «бюджетний характер», а у випадку приватного підприємства їх здійснення є результатом адміністративного примусу зі сторони держави.

Слід також зазначити, що багато загроз природному середовищу є ще недостатньо розпізнані, що породжує тривалі дискусії між прихильниками і противниками окремих рішень. Як стандартний приклад можна подати потепління клімату, за що відповідальною є людина, що спричиняє необхідність обмеження емісії, наприклад, CO₂ у атмосферу. Одночасно існують теорії, за якими нам загрожує чергова льодовикова епоха, а одним із головних чинників цього якраз і є нестача CO₂ у атмосфері. До цього доходить гра інтересів держав і великих концернів (глобальних і міжнародних підприємств). Внаслідок цього суспільство є дезорієнтоване у правильності тих чи інших рішень.

З іншого боку, охорона природного середовища і раціональне використання природних ресурсів є об'єктивною необхідністю, яка, в умовах швидко зростаючої чисельності населення, обумовлюється потребами цього населення у щораз вищих стандартах життя і праці, що робить охорону природи все більш коштовною і важчою.

Природоохоронна діяльність наразі розвивається у двох основних напрямках: як система заходів, спрямованих на збереження, відтворення і раціональне

використання природних ресурсів та запобігання шкідливого впливу господарської діяльності суспільства на природу і здоров'я людини, та як система наукових знань про раціональне природокористування [1, с.46].

Охорона природи в широкому розумінні може генерувати додаткові місця праці і бути для частини людей джерелом доходу. В природних умовах можна розвивати різні форми підприємницької діяльності, які не шкодять середовищу, наприклад – туризм, рекреацію, дрібні промисли, конференційні осередки, відпочинкову діяльність, природне лікування тощо. Природне середовище може бути шансом на розвиток, а не лише загрозою і об'єктом витрат.

Висновки.

Взаємодія людини з природою у процесі виробництва та споживання для забезпечення існування людства загалом є об'єктивним явищем. Зменшити масштаби такої взаємодії на практиці є завданням нереальним до здійснення. Тому таким шляхом вирішити екологічні проблеми людству не вдасться. Отже, єдиним реальним шляхом до вирішення хоча б у якійсь мірі екологічних проблем глобального характеру є підвищення рівня раціональності використання природних ресурсів. При цьому під раціональним використанням природних ресурсів слід розуміти їх використання економічно ефективно і екологічно безпечно.

Список використаної літератури.

1. Зіновчук Н.В. Екологічна політика в АПК: економічний аспект // Н.В.Зіновчук - Львівський державний аграрний університет, ННБК «АТБ», 2007.- 394 с.
2. Черевко Г.В. Економіка природокористування // Г.В.Черевко, М.І.Яцків. - Львів : Світ, 1995.- 208 с.
3. Klepacki B. Ochrona środowiska – między potrzebą a mitem / B.Klepacki // Wieś Jutra/ - 2010/- №10,11,12.- с.3-4.
4. Tablice historyczne. – Warszawa, Wydawnictwo Adamantan.- 1996.- 647 с.
5. Wilkin J. Polskie rolnictwo w procesie transformacji – mechanizmy, tendencje i efekty przemian / J.Wilkin // Roczniki Naukowe SERIA.TII.Z1. Warszawa-Poznań-Zamość 2000. - С. 23-30.

Cherevko H.V.

MAN, ECONOMY AND NATURE IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

The basic functions of environment in relation to the economic system and to a man as to its element , basic types of determinism of conflicts origin in mutual relations between them, kinds and methods of their regulation, modern problems and values of natural resources and its protection in the context of the sustainable development of rural territories and possible scenarios of prospects development are presented.

Keywords: *balanced development of rural regions, function of environment, economy*

ЕВРИСТИЧНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ. «МОЗКОВИЙ ШТУРМ»

Анотація. В статті розглядаються психологічні методи економічного аналізу у цілому. А також виокремлюється метод „мозкового штурму” із усіма перевагами та недоліками.

Ключові слова: евристичний, економічний аналіз, метод Делфі, мозкова атака.

Перехід України до ринкової економіки вимагає від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції та послуг за рахунок використання нових досягнень науково-технічного прогресу і удосконалених форм управління, з метою стимулювання продуктивності праці, покращення результатів аналізу господарської діяльності.

Для того, щоб успішно функціонувати у ринковому середовищі, підприємства повинні дотримуватися певних правил. Використання різноманітних методів економічного і фінансового аналізу є ефективним інструментом оцінки їх діяльності для прийняття управлінських рішень. Існують логічні і математичні методи оцінки діяльності підприємства, але тепер менеджери використовують інші методи, які вимагають більше інновацій, творчості та командного духу. [1]. Таким чином, серед загальних методів аналізу в системі досліджень використовуються евристичні методи.

Евристичні методи – це спеціальні методи аналізу, що базуються на використанні досвіду, інтуїції фахівця та його творчого мислення. Евристика є універсальною і використовується у всіх сферах науки і практики, із залученням економічного аналізу. Можна стверджувати, що оволодіння евристичними методами визначає мистецтво аналізу.

Експертні методи - це комплекс логічних та математичних прийомів і процедур, що забезпечують отримання від фахівців-експертів інформації, яка дає змогу оцінити причини, що посприяли досягненню високого рівня господарювання, підготувати і вибрати раціональні управлінські рішення. Серед експертних методів виокремлюють індивідуальні і колективні. До індивідуальних належать такі експертні методи, як інтерв'ю й анкетування.[2].

Метод інтерв'ю полягає в постановці аналітиком у ході бесіди з експертом запитань про фактори, що визначають стан досліджуваного об'єкта, шляхи і засоби зміни стану об'єкта у бажаному напрямку. Однак досвід доводить, що у письмовому викладі суті господарських ситуацій і в анкеті великого значення набувають такі суб'єктивні фактори, як “місцевий патріотизм”. [3]. Усе це негативно позначається на якості аналізу, проведеного за допомогою анкетування.

Перевага колективних методів полягає в організації різними способами взаємодії між залученими фахівцями, що дає змогу проаналізувати проблему

різнобічно. Найпоширенішими методами колективного експертного оцінювання є: метод комісії, у тому числі проведення виробничих нарад, конференцій і семінарів для обміну досвідом чи для обговорення певного кола проблем за "круглим столом"; організація роботи експертів щодо застосування методики "відстороненого оцінювання"; метод Дельфі тощо.

Експертне оцінювання на основі методу комісій дає змогу виробити кращу альтернативу для оцінювання конкретної ситуації з урахуванням дії комплексу якісно різних факторів. Недолік методу полягає в тому, що група експертів, які беруть участь у нарадах і висловлюють свої судження, керується переважно логікою компромісу.

Методика "відстороненого оцінювання" спрямована на усунення вказаного недоліку методу комісій. Відповідно до цієї методики робота нарад поділена на два періоди: вільного висловлення ідей і критичного аналізу.

Метод Дельфі - багатоетапний метод, який передбачає початкове ізольоване винесення експертами своїх суджень і подальше багаторазове їх коригування на базі ознайомлення кожного експерта з судженнями інших експертів до тих пір, поки величина розкиду оцінок не буде знаходитися в рамках заздалегідь встановленого бажаного інтервалу варіювання оцінок.[4].

Психологічні методи є сукупністю правил і процедур, які стимулюють вирішення творчих завдань. За допомогою психологічних методів пришвидшується вирішення нових творчих завдань аналізу. Найпоширенішими є описані нижче методи.

Метод контрольних запитань полягає у вирішенні аналітичних завдань на основі використання заздалегідь складеного переліку навідних запитань, що дають змогу оцінити проблему з багатьох, у тому числі нетрадиційних, позицій.

Метод морфологічного аналізу, що має кілька різновидів, спрямований на подолання упередженості щодо існуючих думок про можливість і шляхи вирішення проблеми. З його допомогою поставлене завдання описують й аналізують як сукупність усіх можливих структурних (тобто морфологічних зв'язків) і відношень між елементами. Аналізу передують розробка морфологічних таблиць чи графіків.

«Мозковий штурм» - це творчий процес, який може проводитися окремо, але в основному використовується в групі. Він застосовується, щоб знайти рішення проблеми або ситуації, через висунення великої кількості ідей. Це потужний спосіб створення, обміну і максимізації нових ідей. Крім того, сесії «мозкового штурму» допомагають зрозуміти більше про все, що потрібно для запуску бізнесу. Ми можемо використовувати мозковий штурм, щоб вирішити всі види проблем (бізнесу, державного управління, військові, сімейні, особисті). Також доцільно, коли інформація про проблему розподіляється між кількома особами і її необхідно зібрати в одному місці. Важливо мати проблему, яка специфічна і може бути сформована у питання: Що нам потрібно?

«Мозковий штурм» не є випадковою активністю. Вона повинна бути структурована за такими основними правилами:

1. Ніяка критика не допускається під час «мозкового штурму». (Оцінка ідей після мозкового штурму)

2. Кількість має важливе значення. Чим більше ідей, тим краще. (Не турбуйтеся, щоб були тільки "хороші" ідеї.)

3. Дикість добре. Божевільні ідеї вітаються. (Багато божевільних ідей виявляються кращими.)

4. Об'єднуйте інші ідеї і приймайте ідеї іншої людини - це крок вперед, або використовуйте їх для формування ще одної ідеї.

«Мозкова атака» триває від 30 хвилин до 1 години. Після зустрічі, список ідей копіюється і поширюється на всіх членів групи. Хороший спосіб скопіювати їх на дошці або жфліп-чарт, тобто зробити знімок за допомогою цифрової камери або смартфона.

Переваги й недоліки методу «Мозкова атака».

Мозковій атаці як і багатьом іншим колективним методам прийняття рішень властиві певні чесноти та вади.

Однією із найважливіших переваг мозкової атаки у тому, що під час її проведення заохочується творче мислення, причому генерування ідей відбувається в умовах комфортної творчої атмосфери. Йде активізація всіх учасників процесу. Вони глибоко залучені у хід генерування ідей обговорення, гнучкіше засвоюють нові театральні ідеї, почуваються рівноправними.

Лінь, рутинне мислення, раціоналізм, відсутність емоційного «вогника» за умов застосування даної технології знімаються, практично автоматично. Розкутість активізує інтуїцію й уяву.

Відбувається вихід межі стандартного мислення. Інтерактивне взаємодія породжує синергетичний ефект. Чужі ідеї доопрацьовуються, розвиваються і доповнюються, зменшується шанс прогати конструктивну ідею.

Залучаються дуже багато ідей, пропозицій, що дозволяє уникнути стереотипу мислення та відібрати продуктивну ідею.

Мозкова атака – це простий метод, який легко зрозуміти й легко застосовувати під час ділової наради. На її втілення не потрібне складне устаткування, техніка, багато часу, спеціально організоване просторове середовище.

У зв'язку з тим, при мозковій атаці заохочується генерування будь-яких ідей, навіть фантастичних, часто її учасники уникають реальної проблеми. У потоку різноманітних пропозицій іноді буває досить складно знайти раціональні і продуктивні ідеї. З іншого боку, метод не гарантує ретельну розробку запропонованої ідеї.

Через високого рівня залучення учасників наради відповідальність за кінцевий результат несуть усе й якщо ідеями на відзнаку всіх, витрати часу з їхньої обговорення зростають.

Учасники наради можуть бути невдоволені ефективністю своєї діяльності за умов слабого навчання персоналу та недостатнім рівнем співробітництва у командній роботі. З іншого боку, багато учасників можуть наполягати на своєму

авторстві обговорюваних ідей, а також воліють бути лідерами творчого процесу за рахунок тих, хто менш розвинений і підготовлений.

Недостатньо розвинена здатність здійснювати дистилляцію викликає труднощі за вибором із великої кількості напрацьованих ідей. Мова йде лише про тих, які реально могли б посприяти розв'язанню проблеми, чизавдання, отже, їх можна перекласти на конкретні дії.[5]. Таким чином, розглянувши методологію мозкової атаки, можна дійти невтішного висновку у тому, що основою методології є подолання стереотипів мислення та комунікативних бар'єрів, тобто забезпечення процесу генерації ідей, і їх критичного аналізу та обговорення; успіх проведення мозкової атаки полягає в принципі синергії й заборону на припинення генерації ідей через винесення суб'єктивної оцінки.

«Мозкова атака» дуже ефективний евристичний метод в аналізі господарської діяльності. Перш за все, цей метод заохочує творчість і відлякує критику під час створення ідей від інших. По-друге, ідеї одного з членів групи використовуються іншими членами групи, щоб придумати більше ідей. І, нарешті, результати можуть бути використані негайно або для можливого використання в інших проектах.

Основними додатковими недоліками мозкового штурму є такі:

1. Сором'язливі люди можуть відчувати труднощі в участі;
2. Потрібен досвідчений і чутливий “фасилітатор”, той, який розуміє соціальну психологію малих груп.

Література :

1. Гірняк О. М. Менеджмент : підручник для студ. вищ. закл. освіти / О. М. Гірняк, П. П. Ладановський. – Львів : Магнолія плюс, 2005. – 352 с.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Київ : Академвидав, 2003. – 568 с.
3. Шурпенкова Р.К.(2016) «Особливості застосування евристичних методів в аналізі господарської діяльності»; Вісник Університету банківської, 2016 № 1–2 (25–26).
4. Цикл стратегічних змін: ефективний метод стратегічного планування для державних та неприбуткових організацій [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.management.com.ua/strategy/str103.html>.
5. Картер, С. Ф., 2010. [Інтерв'ю], Economic Journal, 60 (238), с. 51-55.

Chorniy V.Ya.

HEURISTIC METHODS OF ECONOMIC ANALYSIS.THE BRAINSTORMING

Abstract. *This research consists of psychological methods of economic analysis in general and also gives information about the brainstorming, its advantages and disadvantages.*

Key words: *heuristic, economic analysis, Delphi method, brainstorming*

ПЕРЕВАГИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ГРОШОВИХ ПЕРЕКАЗІВ ЗОВНІШНІХ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ В УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ ЕКОНОМІКИ

Розкрито переваги зростання обсягів грошових переказів зовнішніх трудових мігрантів для розвитку економіки країни походження та підвищення соціально-економічного рівня життя її населення в період кризового стану економіки

Ключові слова: міжнародна міграція, трудові мігранти, грошові перекази

Зростання інтенсивності міграційних переміщень у всьому світі актуалізує питання визначення переваг та недоліків активних міграційних процесів як в країнах походження мігрантів, так і в країнах їх призначення. Зокрема, зростання чисельності трудових мігрантів наприклад на теренах Європейського Союзу провокує поширення негативного ставлення населення європейських країн до заробітчан з арабських країн, країн пострадянського простору тощо. Зокрема, трудові мігранти є більш дешевою робочою силою на західних ринках, погоджуються на неофіційне працевлаштування та не вимагають значних (або і жодних) соціальних гарантій. Разом з тим, навіть найнижчий рівень оплати праці в країнах призначення становить значний дохід трудових мігрантів, який потенційно складає основу засобів для існування цілої родини на батьківщині.

Тенденції зміни обсягів отриманих переказів в цілому по країнах світу та зокрема у ЄС продемонстровано на рисунку 1. Як можна бачити з рисунку, різниця в темпах зростання між даними регіонами достатньо суттєва. Її можна пояснити тим, що до складу Європейського Союзу входять переважно країни, які є країнами призначення трудових мігрантів з усього світу, разом з тим країни походження розташовані у регіонах з нижчим рівнем економічного розвитку.

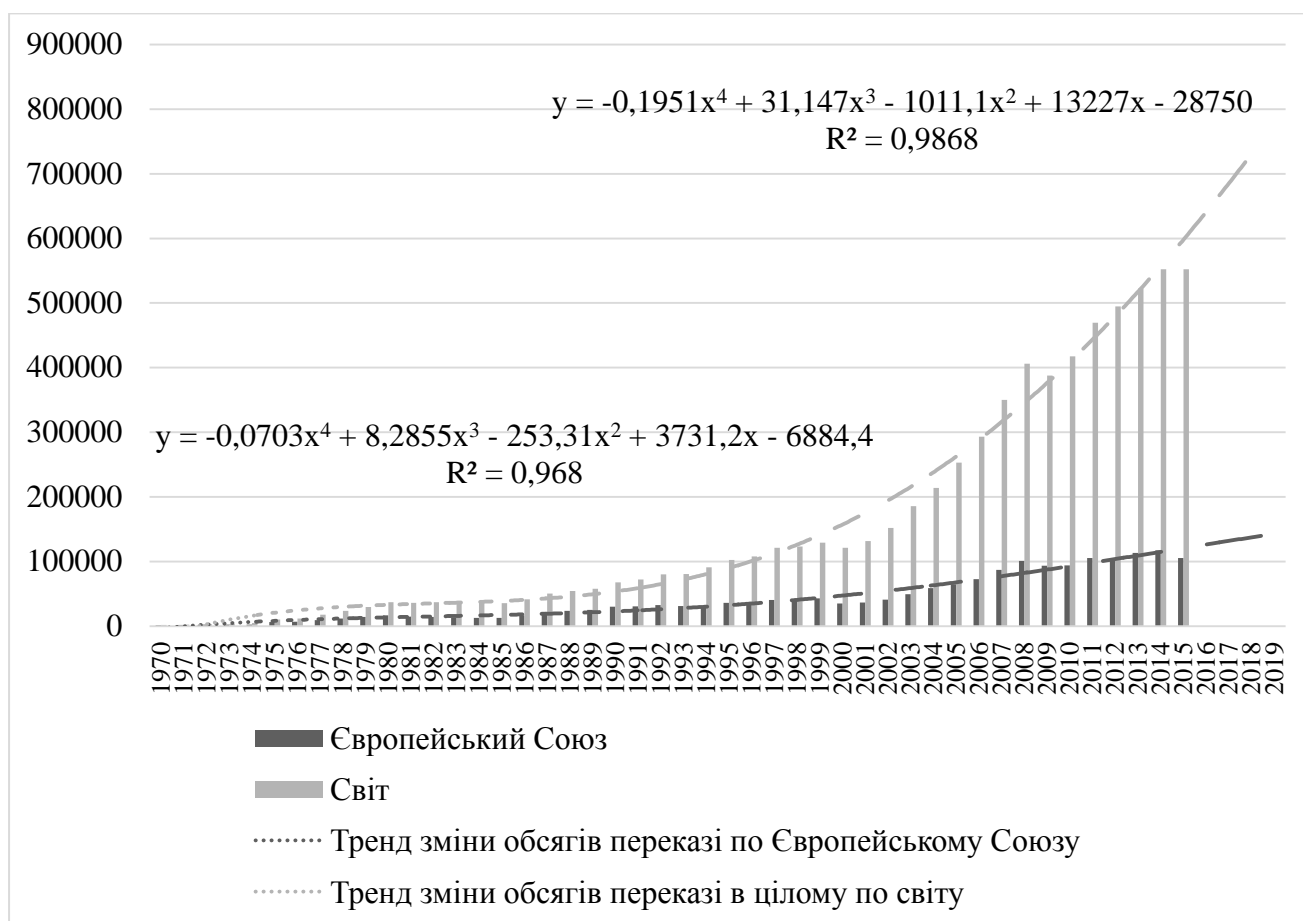


Рис. 1. Динаміка обсягів отриманих грошових переказів мігрантів, млн. дол. США (побудовано за даними Світового Банку [4])

За результатами аналізу, проведеного Світовим Банком (WorldBank), «грошові перекази є одним з найбільш відчутних внесків мігрантів в країни їх походження і являють собою зростаючий фінансовий потік для країн, що розвиваються. <...> Ці потоки приблизно в три рази більше, ніж офіційна допомога, отримувана з метою розвитку, і значно більше і стійкіші, ніж прямі іноземні інвестиції в країни, що розвиваються» [3]. При цьому, як показують численні зарубіжні дослідження, грошові перекази є більш стійкими до економічних циклів порівняно з іншими міжнародними фінансовими потоками і демонструють зростаючу тенденцію в період фінансових криз у країнах походження мігрантів.

Тому трудова міграція стає засобом самостійного поліпшення соціально-економічного життя власних домогосподарств мігрантів, тим самим, виконуючи завдання соціального захисту та підтримання належного рівня життя в країні, що багато в чому становить завдання державної соціальної та економічної політики. Виходячи зі значної тривалості трудових міграцій та бажання уникнути додаткових витрат на регулярні переїзди, трудові мігранти вдаються до здійснення грошових переказів у країну свого походження або іншу країну, де знаходять особи, залежні від доходів такого мігранту.

Відповідно, з'являються легальні та тіньові фінансові потоки у вигляді офіційних фіскальних надходжень, грошових переказів мігрантів, а також руху

готівкових коштів поза офіційними каналами.

За словами Н.Л. Побулавець, «з одного боку, якщо потоки грошових переказів трудових мігрантів відносно стабільні, то вони відіграють позитивну роль в економічному зростанні. Однак, різке зростання таких надходжень може спричинити негативні наслідки для економічного зростання (так звана «Голландська хвороба») [1, с. 139-140].

«Грошові перекази є, мабуть, найбільш помітною транснаціональною діяльністю мігранта, оскільки вони представляють собою важливе додаткове джерело доходу для домогосподарств походження, а також складають значні міжнародні грошові потоки на агрегованому рівні», - йдеться у Звіті Світового банку з питань грошових переказів під час кризи (Remittancesandtheeconomiccrisis: evidencefromtheGreenback 2.0 surveyinItaly) [2]. В цьому контексті міжнародні грошові перекази є результатом домовленості мігрантів та домогосподарствами їх походження, де існує попит на такі грошові кошти з боку членів домогосподарства.

Визнаючи, що сама міграція населення країни становить значні загрози соціо-демографічній сфері, вона несе і ряд економічних переваг, пов'язаних з грошовими переказами мігрантів, зокрема:

- соціо-економічних (грошові перекази зовнішніх трудових мігрантів підвищують рівень життя населення, а точніше членів домогосподарств походження таких мігрантів: підвищується купівельна спроможність домогосподарств, внаслідок чого сім'ї мігрантів можуть дозволити собі краще харчування, лікування, навчання, оплату обтяжливих житлово-комунальних послуг). Крім того, цим самим підвищується платоспроможний попит на товари та послуги на ринках країни походження;

- фінансових (грошові перекази стають частиною капіталу, який потенційно може бути інвестований в економіку, наприклад, шляхом внесення у підприємницькі проекти, придбання фінансових активів – оборот на фінансовому ринку, внесення на депозит до банківської установи). В цьому контексті, однак, потребує додаткового врахування схильність населення країни походження до заощадження та споживання, а також, що є найважливішим інституційним фактором – рівень довіри населення до банківського сектору, системи гарантування вкладів фізичних осіб, розвиток небанківських фінансових установ;

- макроекономічних (валютні грошові перекази збільшують пропозицію валюти на грошовому ринку, стабілізуючи курс національної валюти; обумовлюють зростання використання послуг банківських та небанківських фінансових установ);

- фіскальних (оподаткування грошових доходів мігрантів відповідно до вимог чинного податкового законодавства та діючих двосторонніх договорів про уникнення подвійного оподаткування, формує доходну частину державного бюджету та відповідних бюджетів місцевого рівні (відповідно до вимог бюджетного законодавства).

Таким чином, з точки зору забезпечення дотримання інтересів держави,

грошові перекази мігрантів є основною формою отримання переваг від міграції, особливо в умовах кризового стану економіки. Так, Дж. Френкель (J. Frankel) довів анти-циклічність грошових переказів та економічного становища країни, приймаючої перекази (країни походження мігранта). А тому в цьому контексті при розробці політики, орієнтованої на виведення з тіні грошових переказів мігрантів, слід пам'ятати, що для України, яка знаходиться у стані рецесії протягом останніх років, грошові перекази трудових мігрантів можуть мати стабілізуючий ефект, що вимагає лібералізації режиму декларування та оподаткування грошових переказів, сприяння уникненню подвійного оподаткування, а не посилення податкового навантаження на мігрантів та бюрократичних бар'єрів для легалізації доходів. Ці міркування повинні братися до уваги при розробці національної міграційної політики та окресленні напрямів міжнародних відносин у цій сфері.

Література

1. Побулавець Н. Л. Вплив грошових переказів трудових мігрантів на економіку країн / Н. Л. Побулавець // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право), 2014, № 1, С. 115-120, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2014_1_17.
2. Bartolini L., Castagnone E. Remittances and the economic crisis: evidence from the Greenback 2.0 survey in Italy: greenback 2.0 Working paper № 1 (March 2015) / World Bank, URL: https://remittanceprices.worldbank.org/sites/default/files/greenback_workingpaper_1.pdf
3. Migrants' remittances from the United Kingdom : international remittances and access to financial services for migrants in London, UK – a greenback 2.0 report. Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/718031468190775972/Migrants-remittances-from-the-United-Kingdom-international-remittances-and-access-to-financial-services-for-migrants-in-London-UK-a-greenback-2-0-report>
4. Personal remittances, received (current US\$) / World Bank, URL: <http://data.worldbank.org/indicator/BX.TRF.PWKR.CD.DT>

Shymanska K.V.

ADVANTAGES OF INTENSIFICATION EXTERNAL LABOUR MIGRANTS' REMITTANCES IN A CRISIS CONDITION OF ECONOMY

Reveals the advantages of the labour migrant remittances growth for the origin countries economic development and improving the socio-economic conditions of population living during the economic crisis

Keywords: *international migration, migrant remittances*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Анотація. Проаналізовані теоретичні та практичні аспекти забезпечення ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Запропоновано новий підхід до оцінки коефіцієнта ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства у сучасних умовах та обґрунтовані його переваги.

Ключові слова: надійність функціонування системи виробничих ресурсів; ефективність функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу; ресурсний потенціал.

В сучасних умовах діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу об'єктивно створюються умови у створенні і реалізації нових структур управління. Безумовно, це дасть можливість підвищити рівень ефективності діяльності підприємств і створить можливості підвищення рівня конкурентоздатності.

В цілому, більшість підприємств готельно-ресторанного бізнесу не можуть витримувати жорстких умов конкурентної боротьби значною мірою через несвоєчасну реакцію на постійні зміни ринкового середовища та макрооточення. Тому, вважаємо, що підприємства готельно-ресторанного бізнесу доцільно розглядати як складну відкриту динамічну систему, на рівень розвитку якої впливає не лише якісний та кількісний склад елементів, з яких вона складається, та характер взаємозв'язку між ними, але й особливості зовнішнього ринкового середовища.

В ринкових відносинах недостатньо аналізувати рівень розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу лише за рівнем забезпечення його трудовими, фінансовими та матеріальними ресурсами; рівнем якості виробничого процесу та управлінських рішень. Зрозуміло, що будь-яке підприємство повинно володіти необхідним виробничим потенціалом. Однак, даний виробничий потенціал та виробничі можливості, вважаємо, повинні завжди відповідати ринковим потребам та вимогам споживача.

Коливання попиту на послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу може проходити 3 об'єктивних та суб'єктивних причин, через зміну смаків у покупців або через появу нових конкурентів. Тому, підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинні створити всі необхідні умови для повної адаптації до ринкових умов з метою підвищення ефективності діяльності. Для аналізу та оцінки рівня адаптації підприємства необхідно розробляти нові підходи та методики до оцінки ефективності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вважаємо, що нові підходи до оцінки ефективності діяльності виробничо-господарської діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу потребують аналізу його як динамічної системи, яка швидко змінюється до

сучасних вимог ринку, розвивається та адаптується до конкурентного середовища.

Вважаємо, що значною мірою на підвищення рівня ефективної діяльності підприємства впливає високий рівень адаптації та гнучкості функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу, які створюють всі умови для забезпечення надійного рівня роботи підприємства. Таким чином, виникає проблема не лише правильної оцінки рівня ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, але відсутність методик оцінки рівня гнучкості та надійності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз теоретичний та практичних досліджень вітчизняних та зарубіжних учених показав, що оцінка рівня гнучкості та адаптації розглядається лише для підприємств не тільки готельно-ресторанного комплексу, але й інших видів та форм спеціалізації. Оскільки, гнучкість та адаптивність підприємства є визначальними та головними умовами забезпечення високого рівня ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу, розглянемо їх детальніше.

Вважаємо, що адаптивність та гнучкість функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу – це їхня здатність відновлювати свою діяльність і набувати робочого стану, незважаючи на характер впливу зовнішнього середовища.

Відомо, що будь-який готель чи туристична агенція має динамічний характер, в складі яких відбуваються як якісні і кількісні зміни. Останні пов'язані з впровадженням сучасних методів надання послуг, оновленням основних та оборотних засобів. В результаті цих змін виникають різноманітні виробничо-господарські відносини та ситуації, які, безумовно, змінюють характер взаємозв'язків між різними елементами підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Враховуючи, що впродовж життєвого циклу діяльності підприємств виробничий потенціал може набувати різних рівнів відхилення від робочого стану, вважаємо, що закономірно змінюється рівень гнучкості, надійності, адаптивності, а, отже, і ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

« Величина показника гнучкості функціонування виробничого апарату прямо пропорційна до рівня надійності. До витрат на досягнення конкурентного рівня надійності за певний проміжок часу величина показника гнучкості функціонування виробничого апарату обернено пропорційна. Беручи до уваги вищесказане, величину показника гнучкості функціонування виробничого апарату в загальному виразі можна визначити за формулою:

$$\Gamma = H / B, \quad (1)$$

де Γ – величина показника гнучкості функціонування виробничого апарату;

H – рівень надійності функціонування виробничого апарату;

B – величина витрат на досягнення рівня надійності функціонування виробничого апарату» [1].

Ефективність функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу залежить від двох важливих факторів – високого рівня надійності роботи його виробничого апарату, до складу якого входить не тільки трудові ресурси, основні та оборотні засоби, але й рівень їх досконалості та належний кількісний та якісний рівень. З іншої сторони, висока ефективність роботи підприємств готельно-ресторанного бізнесу забезпечується мінімальними витратами, які ідуть на досягнення максимального рівня надійності підприємства.

Розглянемо власний підхід до оцінки рівня надійності виробничого апарату підприємства готельно-ресторанного бізнесу.

« Для досягнення та оцінки рівня надійності функціонування виробничого апарату ми даємо останній як сукупність технологічних процесів з наданням послуг. Рівень надійності технологічного процесу залежить від надійності кожного його елемента. Зокрема, надійність роботи працівників залежить від його професійного рівня підготовки та кваліфікації. Рівень надійності кожного елемента завжди позначається на рівні надійності робочого місця, зокрема зниженні його продуктивності, простоях, відхиленні від нормального функціонування.»[1].

Максимальна величина рівня надійності функціонування кожного робочого місця підприємств готельно-ресторанного комплексу забезпечується виконанням наступних умов:

1) Продуктивним та ефективним використанням дійсного фонду робочого часу усіма працівниками підприємств;

$$(\Phi_d \rightarrow \max)$$

2) Досягнення максимального ефекту, який проявляється у зростанні попиту, а, отже обсягів реалізації наданих послуг за аналізований період часу.

$$(V_p \rightarrow \max)$$

Зрозуміло, що в реальних умовах діяльності підприємств будь-яке робоче місце працює фактичну кількість годин (t_{op}), яку можна оцінити за формулою;

$$t\phi = \Phi_d - t,$$

де t – тривалість простоювання або не ефективного використання робочого часу працівника на робочому місці;

Одночасно, на кожному робочому місці в реальних умовах надається не максимальна, а фактична кількість послуг (V_{op}), що є значно меншою від V_{\max} .

Отже, першим вимірником рівня надійності функціонування виробничого апарату буде величина $t\phi$, із зростанням значення $t\phi$ податим рівень надійності функціонування виробничого апарату і навпаки.

Другим показником рівня надійності роботи виробничого апарату є величина обсягу випущеної продукції (послуг) за певний проміжок часу $V\phi$ [1].

На ефективність функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства крім рівня надійності їх роботи значною мірою впливає також величина витрат, яка його забезпечує. Ці витрати можуть бути різними – умовно-постійними та змінними;

Матеріальні та нематеріальні бухгалтерські та економічні або ж у вигляді умовно-втрачених можливостей підприємства.

Із зростанням рівня витрат подає ефективність діяльності підприємства, і, навпаки.

Вище зазначалося, що з метою більш точної оцінки ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу доцільно їх аналізувати як складну динамічну систему виробничих ресурсів. Тому, пропонуємо оцінювати ефективність функціонування таких підприємств як відношення граничного рівня надійності до граничних витрат за аналізований період часу (звітний, поточний). Для більш точної оцінки варто проводити порівняльний (абсолютний або відносний) аналіз з аналогічним показником за попередній період часу. Тобто коефіцієнт ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства можна оцінити за формулою:

$$K_c = \frac{\Delta H_1}{\Delta B_1} : \frac{\Delta H}{\Delta B} \quad (1)$$

Де $\Delta H_1, \Delta H$ - це граничний рівень надійності підприємства у звітному та попередньому періодах часу;

$\Delta B_1, B$ – це граничні витрати на забезпечення надійності в аналізованому та попередньому періодах часу.

Гранична надійність функціонування підприємства показує як змінюється обсяг реалізації наданих послуг по мірі зміни витрат часу на їх надання. Граничні витрати аналогічно відображають зміну витрат на забезпечення послуг по мірі зміни обсягів їх надання та реалізації. Очевидно, що якщо динаміка обсягу наданих послуг перевищує динаміку витрат – рівень ефективності функціонування падає, і, навпаки.

Запропонований підхід до оцінки ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства дає більш об'єктивний аналіз ефективності в цілому та має ряд переваг, які дають змогу:

1) Оцінити рівень використання системи виробничих ресурсів підприємства в часовому аспекті.

2) Визначити продуктивність та одиничну ресурсну ефективність функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу;

За формулою (1) можна аналізувати коефіцієнт ефективності діяльності підприємства у поточному періоді часу. Якщо порівнювати граничний рівень надійності та граничних витрат у поточному періоді з нормативними величинами, то оцінка буде більш точною щодо аналізу ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Однак в реальних умовах, такий розрахунок є утруднений через брак кожної інформації.

Запропонований показник ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства є комплексним, а тому більш повно відображає рівень використання системи виробничих ресурсів в часі, з однієї сторони, та її віддачу на одиницю витрачених ресурсів. Це, безумовно, дає більш точну оцінку рівня ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Використана література.

1Щур О. М., Коломієць Г. В., Головська А. В. Оцінка гнучкості функціонування підприємства. Стаття у Віснику Львівського державного інституту новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола. Випуск 6/2011, Львів 2011, с.91-98

2Петрович Й. М. Особливості стратегій розвитку виробничих систем у сучасних умовах господарювання / Петрович Й. М.; Грибик І. І. Вісник Н. У «Львівська політехніка» («Проблеми економіки й управління»).–Львів. Видавництво Н У «Львівська політехніка» 2003- №484, с.347-354

3Савчук А. В. Методология формирования организационно-экономического механизма инновационного развития предприятия // Економіка промисловості / Савчук А. В.– 2003 – № 2 (20) – с.134–146.

4Савина Г. Подход к моделированию процессов адаптивного функционирования производственных систем в контексте их экономической политики / Савина Г. / Економист –2003, №8.

5Коломієць О. В. Виникнення концепції синергії ; підходи до розуміння синергії в управлінні / Вісник Н У ім. Франка (Серія економічна). –Львів –2002–№219–с. 234–240

Shchur O.M.

EVALUATION OF EFFICIENCY OF HOTEL-RESTAURANT ENTERPRISES FUNCTIONALITY

Annotation. *The theoretical and practical aspects of efficiency of hotel-restaurant enterprises functionality have been analyzed. The new approach to evaluation of efficiency of hotel-restaurant enterprises functionality in modern condition has been suggested, and its advantages have been proved.*

Keywords: *reliability of functionality of resource system productivity; efficiency of hotel-restaurant enterprises functionality; resource capabilities.*

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Karčiauskas Agnius	Mykolas Romeris University, Lithuania, Ph.D. student, Master Degree in Strategic Management of Organizations
Гончарова Лариса Николаевна	Белгородский университет кооперации, экономики и права, д.э.н., профессор кафедры экономики
Лытнева Надежда Александровна	студентка 4 курса Воронежского государственного университета, специальность «Мировая политика», кафедра международных отношений и мировой политики
Атаманчук Заріна Асланівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., в.о. доцента кафедри обліку і фінансів, декан бухгалтерсько-економічного факультету
Баглай Оксана Ігорівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.п.н., старший викладач кафедри іноземних мов
Балабанова Наталя Василівна	Маріупольський державний університет, к.н.д.у., доцент кафедри економіки та МЕН
Банера Надія Петрівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст. викладач кафедри обліку і фінансів
Бігус Мар'яна Михайлівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., старший викладач кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Бочан Ігор Омелянович	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., професор, ректор Львівського інституту економіки і туризму
Васильчак Світлана Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., професор кафедри підприємництва, товарознавства та експертизи товарів
Вітер Олександра Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.п.н., доцент, заступник завдувача кафедри економіки і маркетингу
Галаченко Олександр Олександрович	ПРАТ"ВНЗ"МАУП" м. Вінниця к.м.н., доцент
Гальків Любов Іванівна	Національний університет «Львівська політехніка», д.е.н., професор кафедри менеджменту організацій
Гелей Людмила Олегівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., в.о. доцента, заступник завдувача кафедри обліку і фінансів

Гнідіна Валерія Сергіївна	Маріупольський державний університет, студентка II курсу спеціальності «Міжнародна економіка»
Гомольська Наталія Іванівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри обліку та фінансів
Дідович Івн Іванович	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Дорош Юлія Степанівна	Львівський інститут економіки і туризму, завідувач лабораторії інноваційних технологій в туризмі, викладач
Дубина Марія Петрівна	Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК імені І.В. Поповича
Івко Олексій Сергійович	Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького, Навчально-науковий інститут економіки і права, студент 5 курсу спеціальності 242 «Туризм»
Кишин Оксана Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки і маркетингу
Кіт Володимир Іванович	Львівський інститут економіки і туризму, ст. викладач кафедри готельно-ресторанної справи, проректор з адміністративно-господарської роботи
Клапчук Михайло Володимирович	Львівський інститут економіки і туризму, к.г.н., доцент кафедри теорії і практики туризму
Ковальов Юрій Олександрович	Львівський інститут економіки і туризму, студент 5 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Козів Ольга Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, студентка 5 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Крап-Спісак Наталія Павлівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.т.н., викладач кафедри природничо-математичних дисциплін та інформаційних
Кулиняк Ігор Ярославович	Національний університет «Львівська політехніка», к. е. н., доцент кафедри менеджменту організацій
Кучинська Ірина Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.б.н., доцент, заступник завідувача кафедри теорії і практики туризму
Кушнірук Галина Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст. викладач кафедри теорії і практики туризму
Ларіна Дар'я Євгенівна	Маріупольський державний університет, студентка II курсу спеціальності «Міжнародна економіка»

Магута Ольга Вікторівна	Інститут економіки промисловості НАН України, аспірант
Майор Ольга Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри обліку та фінансів
Макогін Зоряна Ярославівна	Львівський торговельно-економічний університет, к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Марцин Володимир Степанович	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., професор, академік АН України, завідувач кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Мельник Христина Богданівна	Львівський інститут економіки і туризму, студентка 5 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Мітюшкіна Христина Сергіївна	Маріупольський державний університет, к.е.н., доцент кафедри економіки та МЕН
Мороз Володимир Павлович	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., в.о.доцента кафедри обліку і фінансів, голова профкому
Москвяк Ярослава Євгенівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст. викладач кафедри теорії і практики туризму
Новикова Валерія Іванівна	Черкаський національний університету ім. Б. Хмельницького, Навчально-науковий інститут економіки і права, к.г.н., доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи
Овчаренко ГаннаЮріївна	Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, студент
Островська Галина Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, ст. викладач кафедри економіки і маркетингу
Паньків Наталія Євгенівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.б.н., в.о. доцента кафедри готельно-ресторанної справи, проректор з науково-педагогічної роботи і туризму
Папка Олег Степанович	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст. викладач кафедри природничо-математичних дисциплін та інформаційних технологій
Пилипенко Соломія Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст. викладач кафедри обліку і фінансів

Погребняк Людмила Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Прасул Юлія іванівна	Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, к.г.н., доцент
Родненко Катерина Вячеславівна	Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, к.г.н., доцент
Рондяк Марія Ігорівна	Львівський інститут економіки і туризму, студентка 3 курсу напряму підготовки «Туризм»
Савіцька Наталія Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Свелеба Наталія Андріївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри обліку і фінансів
Сеник Леся Ярославівна	Львівський інститут економіки і туризму, ст. викладач кафедри підприємництва, товаровзнавства та експертизи товарів
Скаско Олег Іванович	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., в.о. професора, завідувач кафедри обліку і фінансів
Соломчак Тетяна Ярославівна	Самбірський технікум економіки та інформатики, викладач
Степура Тетяна Михайлівна	Львівська філія ПВНЗ «Європейський університет», к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та підприємництва
Стручок Наталія Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., в.о. доцента кафедри економіки і маркетингу
Тимчишин-Чемерис Юлія Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., в.о. доцента кафедри обліку і фінансів
Тучапець Анастасія Андріївна	Львівський інститут економіки і туризму, студентка 3 курсу напряму підготовки «Туризм»
Черевко Георгій Владиславович	Львівський національний аграрний університет, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки
Чорній Віра Ярославівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.п.н., доцент кафедри іноземних мов
Шиманська Катерина Володимирівна	Житомирський державний технологічний університет, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

Щур Ольга Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та комерційної діяльності
Юзевич Володимир Миколайович	НАН України, доктор ф.-м.н., професор фізико-механічного інституту ім. Г.В.Карпенка