

6. IMD (2015), "World Competitiveness Ranking", available at: <https://worldcompetitiveness.imd.org/countryprofile/UA#scoreboardandfactors>. (access date October 20, 2016).
7. Zybarena, O. (2014), "Mechanisms of preventive regulation of deviant socialization of regional economies", *Naukovyi visnyk Bukovynskoho derzhavnoho finansovo-economicznego universytetu*, Iss. 26, pp. 36-46.
8. Volchik, V. (2007), "Groups of interests and the quality of economic institutions", *Economichnyi visnyk Rostovskoho derzhavnoho universitetu*, no. 2, pp. 56-66.
9. Yurchyshyn, V. (2016), *Suchasna valutna polityka ta ii realizatsia v Ukraini* [The current monetary policy and its implementation in Ukraine], Zapovit, Kyiv, Ukraine, 120 p.
10. Sharov, O. and Sobolev, B. (2014), "Directions improvement of monetary policy in the context of the association with the EU: analytical report", available at: <http://niss.gov.ua/articles/1560/> (access date October 20, 2016).
11. Ponomarova, V. (2014), "The mechanism of non-bank financial intermediation in financial services in Ukraine", *DonDUU "Menedzher"*, no. 2 (68), pp. 135-142.

УДК 338.48

**Медведовська Т.П.,
к.пед.н, доцент, доцент кафедри економіки підприємства,
заступник директора Міжгалузевого
інституту безперервної освіти
Державний вищий навчальний заклад
«Національний гірничий університет»**

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ: ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ХАРАКТЕРУ

**Medvedovska T.P.,
cand.sc.(of pedagogy), assoc. prof.,
assistant professor at the department of economics of enterprise,
deputy director Interbranch Institute of Continuing Education
of the State higher education institutions «National Mining University»**

MODERN DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY: PROBLEMS OF THE SOCIAL AND ECONOMIC CHARACTER

Постановка проблеми. У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно схарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем.

Нині вже можемо говорити про туризм як про суспільне явище, пов'язане з добровільною тимчасовою зміною місця перебування, ритму і середовища життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи суспільним). Це суспільне явище настільки багатогранне, що дати йому єдине точне та повне визначення практично неможливо.

У сучасній науковій літературі можемо знайти багато визначень поняття «туризм», що суттєво відрізняються одне від одного насамперед тому, що їх автори розглядають туризм із різних аспектів, а саме як :

- особливу форму пересування людей за визначеним маршрутом з метою відвідання конкретного об'єкта або задоволення своїх інтересів і повернення на постійне місце проживання [2];
- форму розвитку особистості, яка реалізується через соціально-гуманітарні функції (виховну, навчальну, оздоровчу та спортивну) [1];
- форму організації відпочинку, проведення дозвілля [3];

– галузь господарства, пов'язану з обслуговуванням людей, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання [10];

– сегмент ринку, в якому функціонують підприємства різних аспектів діяльності (транспорт, харчування, готельне господарство, культура торгівля тощо) [9];

– явище, що виходить за межі традиційних уявлень, які асоціюються виключно з відпочинком [7].

Узагальнюючи наукові думки щодо сутності досліджуваного терміну, ми вважаємо, що туризм – це:

– багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов'язане з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів;

– найдинамічніша сфера людської діяльності, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод для всіх, незалежно від раси, статі, мови та релігії;

– економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури промисловості;

– невід'ємна складова загального міжнародного ринку.

Нині туризм в Україні є сферою соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилася у велику індустрію, що стрімко розвивається.

В економіці окремої країни туризм виконує функції джерела валютних надходжень і засобу для забезпечення зайнятості населення; розширює внесок у платіжний баланс; сприяє диверсифікації економіки за рахунок розвитку туристичної інфраструктури; підвищує привабливість країни як сфери підприємництва і ділової співпраці; створює стимули для припливу іноземного капіталу в національну економіку [7; 8].

Економічний характер туризму розкривається через його вплив на платіжний баланс країни. Туристи, оплачуючи товари і послуги, забезпечують надходження валюти до бюджету приймаючої країни і тим самим активізують її платіжний баланс. Саме тому в'їзд іноземних туристів до країни дістав назву активного туризму.

З другого боку, виїзд туристів за кордон пов'язаний з відтоком валюти з країни їх постійного мешкання. Міжнародні платежі за такими туристичними операціями відображаються у пасиві платіжного балансу країни – постачальника туристів, а сам туризм характеризується як пасивний [1; 10].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні питання управління розвитком підприємств та його специфікою в туристичній сфері розглянуті у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, це: Н.С. Барчукова, В.Ф. Данильчук, А.П. Дурович, Л.П. Дядечко, П.В. Егоров, Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнов, В.Ф. Кифяк, М.П. Кляп та ін.

Експертами туристичної сфери виділено такі передумови інтенсивного розвитку туризму:

– економічний і соціальний прогрес, особливо в промислово розвинених країнах, що дав змогу значно підвищити рівень заробітної плати і пенсій, а також збільшити тривалість відпускнуго періоду населення цих країн;

– удосконалення засобів транспорту, прискорення і здешевлення внаслідок цього послуг перевезень туристів;

– послаблення митних, валютних обмежень, прикордонних формальностей, а також відміна їх, зокрема, між країнами ЄС; створення могутньої туристичної індустрії;

– істотне зростання бізнес-подорожей.

Проте розвиток неможливий без наявності комплексу об'єктивних умов. До умов розвитку туристичної сфери належать: природно-географічні, соціально-економічні, політичні, демографічні, матеріально-технічні, культурні тощо [1; 2; 3; 4].

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні проблем соціально-економічного розвитку підприємств туристичної сфери в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У країнах, де спостерігається соціально-культурна активність, туризм має соціальний характер, де кількість туристів значно менша за кількість корінного населення, особливого впливу туристична сфера не має.

Проте інколи розширення туристичної індустрії може призвести до значних змін у соціальній структурі, оточуючому середовищі і культурі. Це явище стало основою дослідження проблем соціальної взаємодії, пов'язаної з контактами між культурами різних країн. Характер поведінки між населенням країни і туристами визначається тим, що і ті, й інші є носіями різних культур, контакт між ними відбувається, коли корінне населення працює, а туристи – відпочивають, і має тимчасовий характер.

Економічний, соціальний і культурний вплив туризму на розвиток держави є дуже відчутним. Подорожі людей предствляють собою переміщення споживчих ринків різного рівня і є каталізаторами національної економіки [5; 9].

Туризм надає широкомасштабні можливості для зайнятості за рахунок створення нових робочих місць для задоволення потреб туристів, завдяки йому розвиваються об'єкти та інфраструктура, в яких враховуються національна культура, історія, традиції тощо. Він також сприяє покращенню збалансованості національної економіки шляхом перерозподілу національного доходу.

У цілому економічне і соціальне становище держави визначається тим, наскільки населення має можливість пересуватися із одного місця у друге з метою відпочинку, освіти, підвищення кваліфікації, з релігійними та діловими цілями.

Україна є однією із найбільших європейських держав, геополітичне розташування, природні та антропогенні ресурси якої сприяють розвитку національного туризму. Існуючий туристично-рекреаційний потенціал спонукає входженню України, як однієї з найбільш розвинених туристичних держав, на світовий ринок.

Туристична сфера є однією із стратегічних галузей національного господарства, за допомогою якої відбувається подальший соціально-економічний розвиток держави. Туристична сфера здійснює істотний вплив на соціальне та економічне становище держави та її регіонів. Вона не тільки залучає більшість галузей економіки, таких як сільське господарство, будівництво, транспорт, зв'язок, легка і важка промисловості, комунальне господарство, культура, мистецтво тощо, а й сприяє їх розвитку. Туризм усе частіше виступає у ролі індикатора політичних відносин між державами, стабілізатора в партнерських відносинах на міжнародній політичній арені.

Тому, зважаючи на роль та значення туризму, держава проголосила його одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки та культури, сферою реалізації прав і потреб людини, однією із визначальних складових соціально-економічної політики держави та регіонів [9; 10].

Досліджуючи економічний вплив туризму, варто зазначити, що в більшості країн основою для розвитку туризму є його економічні вигоди. Для досягнення збалансованого розвитку держави необхідно враховувати весь комплекс витрат, і вигід економічного, екологічного і соціального характеру. Проте, якщо розвиток туризму не контролювати, то можуть виникнути певні економічні проблеми.

Перш за все економічні вигоди значно зменшуватимуться, якщо у сфері туризму – чимала частка імпортованих товарів і послуг, а багатьма туристичними об'єктами володіють і управляють іноземні компанії. При такому стані скорочуються чисті доходи і надходження іноземної валюти від туризму, а це може призвести до виникнення почуття неприязні у населення відповідної держави. Деякі шляхи формування туристичної інфраструктури не можливі без володіння чи управління іноземних компаній. Це може бути необхідним на початкових етапах розвитку, коли національний капітал і управлінський потенціал обмежені (наприклад, острівні держави) [5; 6].

Досвід свідчить, що за своєю природою управління у сфері туризму неоднорідне: воно виступає як єдність взаємопов'язаних і взаємозалежних функцій, індивідуальної і колективної праці, відносин у різних формах власності. Управління представляє собою цілеспрямований вплив керівних органів на служби сервісу з метою орієнтації на задоволення соціальних потреб людей у туристичних послугах, підвищення ефективності роботи і забезпечення прийнятної рівня їхньої прибутковості. Від якості управління значною мірою залежать результати наданих туристичних послуг та вибір шляхів і засобів досягнення цих результатів [6; 7].

Індустрія гостинності обслуговує величезну кількість різноманітних ринків. Наприклад, індустрія громадського харчування може бути легко сегментована за різними ринками, що розділяються залежно від конкретних потреб споживачів, на такі, як: швидке обслуговування, сімейне обслуговування, обслуговування у кафетерії, тематичне обслуговування класу люкс тощо. Готельна індустрія також може бути сегментована таким чином: повний пансіон для бізнес-туристів, обслуговування економічного класу, обслуговування в апартаментах, вищий економічний клас обслуговування, курортне обслуговування, обслуговування у центрі міста і на його околицях тощо [2].

Кожен з цих сегментів відповідає бажанням і потребам різних категорій споживачів. Ризик виникнення економічних перекосів існує і в політиці зайнятості, якщо туризм залучає надто багато робітників із інших секторів економіки у зв'язку з більш високою заробітною платою і кращими умовами праці. У цьому разі може початися інфляція та зростання цін на землю, окремі види товарів і послуг.

Досягнення сприятливого економічного впливу туризму є важливою стратегічною метою як розвинутих держав, так і країн, що розвиваються, воно можливе при умові збільшення економічних вигід над економічними витратами, пов'язаними з прийомом відвідувачів.

Існує низка методів, які можна застосовувати з метою посилення економічних вигід туризму. Ці методи вбудовуються у процес планування, завдяки якому можна уникнути можливих проблем. Одним із них є укріплення зв'язків між туризмом та іншими секторами економіки. Якщо збільшити виробництво національних товарів, включаючи будівництво і експлуатацію об'єктів туристичної інфраструктури, то завдяки цьому скорочується частка імпорту в туризмі і зростає зайнятість і доходи від туризму.

З метою утримання більшого прибутку від туризму різними способами стимулюється національне володіння туристичними об'єктами і послугами – надаючи інвестиційні стимули, організовуючи акціонерні компанії з продажем акцій населенню, зобов'язуючи національні і іноземні компанії створювати спільні підприємства.

Необхідно надавати підтримку певним формам туризму, які дають можливості проявитися більшому сектору підприємництва, у тому числі малому бізнесу. Якщо місцевий капітал дуже обмежений, то проводиться політика допуску іноземного володіння на початковому етапі з умовою подальшого викупу підприємств місцевими підприємцями в міру накопичення капіталу [4; 5].

Стимулювання зайнятості у сфері туризму шляхом належної професійної підготовки кадрів для цього сектора – складне завдання, оскільки в деяких регіонах проявляється соціальний опір до роботи у сфері обслуговування.

Аналізуючи соціально-культурний вплив туризму на розвиток держави, варто зазначити, що туризм може принести населенню і його культурі як вигоди, так і певні проблеми. Хоча соціально-культурний вплив виміряти більш складно, ніж вплив економічного характеру, їх обов'язково варто враховувати при розробці та впровадженні програм розвитку туризму в державі.

До позитивного соціально-культурного впливу туризму належать:

– підвищення життєвого рівня населення за рахунок покращення роботи окремих служб і об'єктів;

– збереження культурної спадщини, завдяки якій розвиваються пізнавальний туризм, мистецтво і ремесла, звичаї, традиції тощо;

– сприяння створенню і підтримки різних об'єктів культури: музеїв, театрів тощо;

– посилення і відродження почуття гордості населення за свою культуру;

– забезпечення можливостей для міжкультурних обмінів між корінним населенням і туристами.

До негативного впливу туризму у цьому аспекті доцільно віднести таке:

– виникнення незручностей і незадоволення місцевого населення через надмірний наплив туристів;

– виникнення негативного відношення до туризму через комерціалізацію і втрату самобутнього характеру;

– непорозуміння і конфлікти через різні мовні бар'єри та стилі поведінки;

– виникнення і загострення соціальних проблем, пов'язаних з наркоманією, алкоголізмом, бандитизмом тощо [5].

Необхідність розвитку соціально-культурних і міжнародних контактів обумовлено намаганням народу до співробітництва, до взаємного збагачення, до можливості вільного творчого розвитку особистості.

Сутність соціально-економічного розвитку туристичних підприємств полягає в комплексному підході до теоретичних, аналітичних і методичних заходів й ґрунтується на її елементах. Досягнення соціально-економічного розвитку в результаті діяльності – основне завдання туристичного підприємства, що взаємозв'язане з усіма іншими, визначає їхній зміст, обсяг ресурсів і повноважень щодо реалізації.

Ефективність економічного розвитку туристичного підприємства сприяє трансформації, організаційному вдосконаленню процесу створення і реалізації, підвищенню якості та конкурентоспроможності туристичного продукту та вдосконаленню туристичної галузі.

Для розвитку туризму необхідне вивчення платоспроможності ринку, всебічний аналіз факторів, що впливають на попит, до яких належать економічні, соціально-культурні, демографічні, природно-кліматичні, політичні. Необхідно враховувати як мотивацію поїздок туристів, так і можливу динаміку реальних грошових доходів населення. Для ділових туристів необхідна оцінка перспективних тенденцій у національному господарстві України та її регіонів, визначення рівня ділової активності юридичних і фізичних осіб і масштаби розвитку ділових поїздок [3; 4; 5].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проаналізований економічний, соціальний, екологічний, політичний вплив туризму на розвиток держави дозволяє зробити висновок про те, наскільки важливим є прямиий та опосередкований вплив сфери туризму, а також наскільки складним і багатогранним явищем є туризм.

Головною особливістю розвитку сучасного туризму є трансформація туристичних організацій у міжнародні спільні підприємства, корпорації й асоціації. Це дозволяє значно поліпшити інформаційний обмін, забезпечити більш ефективне проникнення на зовнішній ринок, об'єднати зусилля партнерів в умовах загострення конкуренції на ринку туристичних послуг.

Нові організаційні форми дають низку переваг, що дозволяють туристичним фірмам поліпшувати якість послуг, вкладати інвестиції в найбільш перспективні проекти і програми, виявляти нові ніші й сегменти туристичного ринку, індивідуалізувати обслуговування гостей тощо.

З метою збільшення обсягів туристичних витрат застосовуються різні методи. Одним із таких методів є збагачення та диверсифікація туристичних послуг. У широкому розумінні диверсифікованість – це поширення господарської діяльності на нові сфери бізнесу: випуск нових виробів, розширення номенклатури продукції, надання додаткових видів послуг, що надаються тощо.

До переліку пріоритетних завдань розвитку туризму належить запровадження ефективних методів економічного стимулювання. Для вирішення завдань щодо розвитку сфери туристичних послуг України необхідно:

– внести відповідні зміни та доповнення до діючого законодавства з питань туризму;

– здійснити програму створення розгалуженої інфраструктури в галузі, провести реконструкцію матеріальної бази туризму;

– забезпечити цивілізовані умови щодо перетину кордону (прикордонний, митний контроль);

– відкрити туристичні представництва в зарубіжних країнах.

Реалізація управлінських заходів дасть змогу посилити темпи розвитку туристичної сфери, дозволить проводити активну загальнодержавну політику у цій важливій складовій економіки України, забезпечити дійову координацію заходів центральних та місцевих органів виконавчої влади, громадських організацій, що сприятиме збільшенню туристичних потоків на внутрішньому ринку туристичних послуг, створенню необхідних умов для швидкого розвитку суміжних галузей, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Сталий розвиток туризму неможливий без існування дієвої нормативно-правової та законодавчої бази, яка покликана регулювати туристичні відносини у державі.

Література

1. Барчукова Н.С. Международное сотрудничество в области туризма / Н.С. Барчукова. – М. : Международные отношения, 1986. – 176 с.
2. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донецк : ДИТБ, 2010. – 146 с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. – К. : «Економпресс», 1998. – 400 с.
4. Дядечко Л.П. Процесно-системний підхід до формування туристичних потоків / Л.П. Дядечко // Вісник ДІТБ. – 2006. – № 10. – С. 205-210.
5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 224 с.
6. Егоров П.В. Управление развитием предприятий малого бизнеса / П.В. Егоров. – Донецк : Лебедь, 2004. – 324 с.
7. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск : БГЭУ, 2000. – 409 с.
8. Квартальнов В.А. Туризм : учебное пособие / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 378 с.
9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, – 2003. – 300 с.
10. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : підручник / М.П. Кляп. – К., 2013. – 334 с.

References

1. Barchukova, N.S. (1986), *Mezhdunarodnoye sotrudnichestvo v oblasti turizma* [International cooperation in the field of tourism], *Mezhdunarodnyye otnosheniya*, Moscow, Russia, 176 p.
2. Danylchuk, V.F. (2010), *Mirovoy rynek uslug turbiznesa* [World market of tourism industry services], DITB, Donetsk, Ukraine, 146 p.
3. Durovich, A.P. (1998), *Marketing v turizme* [Marketing in tourism], tutorial, "Ekonompress", Kyiv, Ukraine, 400 p.
4. Diadechko, L.P. (2006), "Process-system approach to formation of tourist flows", *Visnyk DITB*, no. 10, pp. 205-210.
5. Diadechko, L.P. (2006), *Ekonomika turystychnoho biznesu* [Economics of tourism business], tutorial, DonDUET, Donetsk, Ukraine, 224 p.
6. Egorov, P.V. (2004), *Upravleniye razvitiyem predpriyatiy malogo biznesa* [Manage development of enterprises of small business], *Lebed'*, Donetsk, Ukraine, 324 p.
7. Kabushkin, N.I. (2000), *Menedzhment turizma* [Management of tourism], tutorial, BGJeU, Minsk, Belarus, 409 p.
8. Kvartalnov, V.A. (2002), *Turizm* [Tourism], tutorial, *Finansy i statistika*, Moscow, Russia, 378 p.
9. Kyfiak, V.F. (2003), *Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini* [The organization of tourism in Ukraine], tutorial, *Knyhy-KhKhI, Chernivtsi*, Ukraine, 300 p.
10. Kliap, M.P. (2013), *Suchasni riznovydy turyzmu* [Modern types of tourism], textbook, Kyiv, Ukraine, 334 p.

Рецензент: д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства
Державного ВНЗ "Національний гірничий університет" В.М. Шаповал