**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему «РИНОК ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ПЕРЕХІД ВІД ІНДУСТРІАЛЬНОГО ДО ТУРИСТИЧНОГО НАПРЯМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0518–ме

спеціальності 051 «Економіка»

освітньої програми «Міжнародна економіка»

Пучков А.Р.

Керівник: к.е.н., доцент Колобердянко І. І.

Рецензент: д.е.н., професор, Бабміндра Д.І.

Запоріжжя

2020

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Запорізький національний університет**

Факультет економічний

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 051«Економіка»

Освітня програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав.кафедри\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.

## **З А В Д А Н Н Я**

## **НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТОВІ**

**Пучков Арсен Русланович**

(прізвище, ім’я, по–батькові)

1.Тема роботи (проекту) РИНОК ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ПЕРЕХІД ВІД ІНДУСТРІАЛЬНОГО ДО ТУРИСТИЧНОГО НАПРЯМКУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ.

керівник роботи (проекту) к.е.н, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Колобердянко Іван Іванович затверджена наказом по інституту від «04» липня 2019 р. № 1110–с

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 03.01.2020

3. Вихідні дані до роботи (проекту) інформаційна база законодавчих та нормативних урядових актів, матеріали державної служби статистики України, публікації у фахових журналах, електронні економічні публікації, Інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково–пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити)

узагальнити сутність категорій „інвестиції”, „іноземні інвестиції”; проаналізувати залучення іноземних інвестицій; систематизувати проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України; обґрунтувати статистичні дані щодо залучення іноземних інвестицій; удосконалити політику залученя інвестицій України; запропонувати напрямки розвитку інвестиційної політики України.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) 4 рис., 2 табл.

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Розділ | ПІП, посадаконсультанта | Підпис, дата |
| Завданнявидав | Завданняприйняв |
| Вступ | К.е.н., Колобердянко І.І. | 20.09.2019 | 20.09.2019 |
|  І розділ | К.е.н., Колобердянко І.І. | 16.10.2019 | 16.10.2019 |
| ІІ розділ | К.е.н., Колобердянко І.І. | 20.11.2019 | 20.11.2019 |
| ІІІ розділ | К.е.н., Колобердянко І.І. | 11.12.2019 | 11.12.2019 |
| Висновки  | К.е.н., Колобердянко І.І. | 17.12.2019 | 17.12.2019 |

7. Дата видачі завдання 27.06.2019

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Назва етапів дипломногопроекту (роботи) | Термін виконання етапівпроекту (роботи) | Примітка |
| 1 | Вибір теми | 20.06.2019 | 20.06.2019 |
| 2 | Складання робочого плану | 29.06.2019 | 29.06.2019 |
| 3 | Підбір літератури та вивчення літературних джерел | 06.09.2019 | 06.09.2019 |
| 4 | Складання плану | 11.09.2019 | 11.09.2019 |
| 5 | Виконання вступу | 20.09.2019 | 20.09.2019 |
| 6 | Виконання розділу 1 | 16.10.2019 | 16.10.2019 |
| 7 | Виконання розділу 2 | 19.11.2019 | 19.11.2019 |
| 8 | Виконання розділу 3 | 11.12.2019 | 11.12.2019 |
| 9 | Формулювання загальних висновків | 17.12.2019 | 17.12.2019 |
| 10 | Подання роботи на кафедру на передзахист | 27.11.2019 | 27.11.2019 |
| 11 | Попередній захист роботи на кафедрі | 11.12.2019 | 11.12.2019 |
| 12 | Оформлення роботи та проходження нормоконтролю | 24.12.2019 | 24.12.2019 |
| 13 | Одержання відгуку та рецензії | 27.12.2019 | 27.12.2019 |
| 14 | Подання остаточного варіанту роботи на кафедру | 03.01.2020 | 03.01.2020 |

Студент – дипломник \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Пучков А.Р.

 (підпис)

 Керівник проекту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Колобердянко І.І.

 (підпис)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Худолєй Л.В.

## **РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота: 102 с., 4 рис., 3 табл., 72 джерела.

Об’єктом дослідження є сфера послуг в структурі української економіки.

Предмет дослідження – сфера послуг в Україні, а саме туризм. Як провідний напрям в розвитку України.

Мета роботи – дослідити еволюцію сучасного ринку послуг в Україні в контексті загальних економічних явищ з прагненням показати становлення туристичної сфери послуг та її роль в економіці.

Метод дослідження – системного аналізу та синтезу, принцип історизму, діалектичний метод наукового пізнання, метод теоретичного узагальнення, системного аналізу, синтезу, методи статистичного та математичного аналізу, методи порівняльного аналізу.

СФЕРА ПОСЛУГ, ТУРИЗМ, КОНКУРЕНЦІЯ, ІНДУСТРІАЛЬНИЙ НАПРЯМ, ПРИРОДНИЙ ТУРИЗМ, РОЗВИТОК, ЕКСПОРТ, ІМПОРТ, ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ.

## **SUMMARY**

Qualification work: 102 pages, 4 figures, 3 tables, 74 sources.

The object of the study is services in the structure of the Ukrainian economy.

The subject of the research is the sphere of services in Ukraine, namely tourism. As a leading direction in the development of Ukraine.

The purpose of the paper is to investigate the evolution of the modern services market in Ukraine in the context of general economic phenomena with the desire to show the emergence of the tourism services sector and its role in the economy.

The method of study – system analysis and synthesis, the principle of historicism, the dialectical method of scientific knowledge, the method of theoretical generalization, system analysis, synthesis, methods of statistical and mathematical analysis, methods of comparative analysis.

For the minds of market–friendly transformation of special respect for merit, the sphere of services is revered by the rank of official of the economy, well–being of the population, stability of the internal living market, and the establishment of new workplaces.

For our students and servants, you can see the necessary element and solution of the information and service suspension, the official of the transformation of the economy of Ukraine. It’s necessary to have a glance at a glance at a few services from the structure of the national state complex of the first regional educational systems, the role of the processes of stable development and economic growth.

The purpose and objectives of the study. Investigate the evolution of the modern services market in Ukraine in the context of general economic phenomena with the desire to show the emergence of the tourism service industry and its role in the economy.

According to this goal, the following tasks were performed:

– Investigated the economic nature and features of the services market.

– To determine the advantages of tourism development in comparison with the industrial direction.

– To calculate the efficiency of services in Ukraine.

– Determined the assessment of economic support for the development of services in Ukraine.

– Improvement of mechanisms of state stimulation of tourism development.

– Identify the prospects for the development of services and tourism in Ukraine.

The object of study is the sphere of services in the structure of the Ukrainian economy.

The subject of the research is the sphere of services in Ukraine, namely tourism. As a leading direction in the development of Ukraine.

SERVICES, TOURISM, COMPETITION, INDUSTRIAL AREA, NATURAL TOURISM, DEVELOPMENT, EXPORTS, IMPORTS, FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ [НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ 2](#_Toc29673260)

[РЕФЕРАТ 4](#_Toc29673261)

[SUMMARY 5](#_Toc29673262)

[ВСТУП 8](#_Toc29673263)

[РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ РИНКУ ПОСЛУГ 11](#_Toc29673264)

[1.1 Економічна сутність та особливості ринку послуг 11](#_Toc29673265)

[1.2 Генезис розвитку ринку послуг в Україні 14](#_Toc29673266)

[1.3 Переваги розвитку туризму у порівнянні з індустріальним напрямом 21](#_Toc29673267)

[Висновки до 1 розділу 33](#_Toc29673268)

[РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ 34](#_Toc29673269)

[2.1 Оцінка економічного забезпечення розвитку сфери послуг в Україні 34](#_Toc29673270)

[2.2 Розрахунок ефективності сфери послуг в Україні 40](#_Toc29673271)

[2.3 Туризм у структурі ринку послуг 47](#_Toc29673272)

[Висновок до 2 розділу 54](#_Toc29673273)

[РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ 56](#_Toc29673274)

[3.1 Удосконалення механізмів державного стимулювання розвитку туризму 56](#_Toc29673275)

[3.2 Використання світового досвіду розвитку сфери послуг та туризму 69](#_Toc29673276)

[3.3. Перспективи розвитку сфери послуг та туризму в Україні 82](#_Toc29673277)

[Висновки до 3 розділу 92](#_Toc29673278)

[ВИСНОВКИ 93](#_Toc29673279)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 96](#_Toc29673280)

[ДЕКЛАРАЦІЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ 105](#_Toc29673281)

ВСТУП

За умов ринкової економічної трансформації особливої уваги заслуговує сфера послуг, покликана стати вагомим чинником економічного зростання, добробуту населення, стабілізації внутрішнього споживчого ринку, створення нових робочих місць, поліпшення якості життя населення.

За твердженням багатьох учених, послуги можна розглядати як необхідний̆ елемент і рушій̆ становлення інформаційно–сервісного суспільства, вагомий чинник ринкової трансформації економіки України. У зв’язку з цим постає необхідність перегляду поглядів на місце послуг у структурі національного господарського комплексу та його регіональних підсистем, їхньої ролі у процесах стабілізації та економічного зростання.

Індустрія туризму в Україні має всі передумови для потужного розвитку та входження в цивілізований світовий ринок послуг за умови врахування тенденцій та принципів інноваційного розвитку. Значним потенціалом України є її історія і багата культура. Україна має унікальне поєднання природних умов, різноманітних ландшафтів і мінеральних лікувальних ресурсів. У країні налічується понад 30 природних заповідних територій – національних парків, біосферних і природних заповідників. Все це – умови для розвитку курортно–рекреаційної сфери. В цілому для неї придатні 15 відсотків території країни.

Мета і завдання дослідження. Дослідити еволюцію сучасного ринку послуг в Україні в контексті загальних економічних явищ з прагненням показати становлення туристичної сфери послуг та її роль в економіці.

Згідно поставленої меті було виконано наступні завдання:

* Дослідили економічну сутність та особливості ринку послуг.
* Визначити переваги розвитку туризму у порівнянні з індустріальним напрямом.
* Розрахувати ефективності сфери послуг в Україні.
* Визначили оцінку економічного забезпечення розвитку сфери послуг в Україні.
* Удосконалення механізмів державного стимулювання розвитку туризму.
* Визначити перспективи розвитку сфери послуг та туризму в Україні.

Об’єкт дослідження – є сфера послуг в структурі української економіки.

Предмет дослідження – сфера послуг в Україні, а саме туризм. Як провідний напрям в розвитку України.

Метод дослідження. Системного аналізу та синтезу, принцип історизму, діалектичний метод наукового пізнання, метод теоретичного узагальнення, системного аналізу, синтезу, методи статистичного та математичного аналізу, методи порівняльного аналізу.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи послужили законодавчі та нормативні акти України, звіти та доповіді міжнародних організацій, періодичні та монографічні роботи українських та зарубіжних вчених.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у теоретичному обґрунтуванні нового способу розв’язання проблеми. Використовуючи світовий досвід залучення інвестицій в туристичний сектор та сферу послуг, необхідно враховувати, що позитивні тенденції в розвитку даного сектору будуть вирішені при належній державній підтримці та наявності механізмів комплексного підходу до управління національним туристичним продуктом на внутрішньому і міжнародному ринках туристичних послуг.

Практичне значення отриманих результатів визначається тим, що полягає в розробці теоретико–методичних положень подальшого розвитку сфери послуг в Україні.

Основні положення та висновки кваліфікаційної роботи. Доповідалися на XIV університетській науково–практичній конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Молода наука – 2020» (Запоріжжя, 2020). Основні положення кваліфікаційної роботи викладено у статті «Ринок послуг в Україні: перехід від індустріального до туристичного напряму розвитку країни» та у тезах доповідей «Ринок послуг в Україні». Публікації повною мірою відображають основні результати роботи.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ РИНКУ ПОСЛУГ

##  1.1 Економічна сутність та особливості ринку послуг

Ринок послуг є складною системою відносин між виробниками та споживачами послуг, їх господарських зв'язків, соціально–економічних контактів з різними цільовими аудиторіями в процесі організації купівлі–продажу послуг. За товарно–грошових ринкових відносин пріоритетне значення мають зворотні зв'язки, які надають необхідну інформацію з попиту, реакцію споживачів на ціни, дають змогу за допомогою механізму ринкового регулювання впливати на технологію і організацію надання послуг, економічну поведінку їх продавців і покупців.

Ринок послуг – сукупність динамічних у часі і локалізованих у просторі соціально–економічних відносин, що формуються і реалізуються в процесі задоволення платоспроможного попиту реальних і потенційних споживачів пропозицією послуг, забезпечують пропорційність їх відтворення.

Ринок послуг існує поруч із ринком товарів, капіталів, робочої сили і тісно взаємодіє з ними. Пропозиція послуг на ринку досить різноманітна, тому він розпадається на окремі вужчі ринки. Швидкий розвиток і розширення ринку послуг у другій половині XX ст. були викликані цілою низкою факторів.

Досягнення багатьма країнами світу високого життєвого рівня населення. Як свідчить практика індустріально розвинутих країн, із зростанням життєвого рівня населення і рівня пропозиції товарів у першу чергу зростає попит на послуги.

Глобалізація бізнесу та розвиток транснаціональних корпорацій призвели до зростання попиту на послуги у сфері розподілу товарів: транспортні, фрахтові, страхові, банківські, послуги зв'язку.

Вплив науково–технічного прогресу виявився в ускладненні виробництва та самих товарів, що призвело до зростання попиту на виробничі (монтаж, інжиніринг, лізинг) та післяпродажні послуги (кредит, ремонт).

Зростання конкуренції призвело до зростання попиту на послуги з просування товару, маркетингові дослідження, управлінський консалтинг.

Отже, головними передумовами формування ринку послуг є належна зрілість економіки і високий життєвий рівень населення. З ускладненням виробництва і насиченням ринку товарами споживчий попит перетворюється передусім на послуги. Розвиток ринку послуг стимулює також прискорення під дією науково–технічного прогресу поділу праці. Науково–технічний прогрес зумовлює формування нових видів діяльності, у тому числі й у сфері послуг. Отже, оптимальне функціонування ринку послуг забезпечується в процесі досягнення структурної, регіональної збалансованості попиту і пропозиції, формування насиченого ринку фінансових, будівельних послуг, торгово–посередницьких, житлово–комунальних, побутових, туристичних послуг, а також послуг інтелектуальної праці та ін. Усі ці територіальні ринки об'єднуються в національний і міжнародний ринок послуг. Механізм саморегулювання ринку послуг як частини господарського механізму ґрунтується на комплексі тактичних і стратегічних цілей, пропорцій, темпів та інших параметрах, закладених у загальнодержавній концепції (програмі) розвитку сфери обслуговування населення і відображається у бізнес–плані кожного підприємства.

Виникнення в матеріальному виробництві нових видів і різновидів послуг та розширення обсягів реалізації традиційних, сприяє збільшенню чисельності спеціалізованих підприємств на цьому ринку. Стимулюють цей процес інформаційні технології, використовуючи які, виробники розширюють географію своєї діяльності. З метою зміцнення конкурентних позицій на ринку активно діють у сфері послуг і виробничі підприємства, зосереджуючись передусім на сервісі своєї продукції. Наприклад, виробники ЕОМ продають не лише власні комп'ютери, а й програмне забезпечення, організовують їхнє обслуговування і ремонт.

Ринок послуг класифікують за такими критеріями:

1. За видом послуг: ринок транспортних, будівельних, інформаційних, фінансово–кредитних, посередницько–торговельних, страхових, житлово–комунальних, соціально–культурних, побутових послуг, ринок технологій, зв'язку та робочої сили.

2. У просторовому відношенні: локальний, національний, регіональний, світовий ринки послуг.

3. За механізмом функціонування: вільний, монополізований, державно–регульований і планово–регульований ринки послуг.

4. За рівнем насиченості: рівноважний за обсягом і структурою, дефіцитний, надлишковий ринки послуг.

5. За структурою: потенційний (усіх споживачів, які виявляють інтерес до придбання відповідної послуги); реальний або дійсний (частка споживачів, які прийняли рішення про купівлю тієї чи іншої послуги); обслуговуваний (частина дійсного ринку, що раніше вже отримувала подібні послуги); освоєний (частка покупців, що вже одержувала послуги у даного виробника).

Ринок послуг не лише сприяє розвитку виробництва й окремих видів діяльності, а й стимулює попит на висококваліфіковану працю, нові технології, створює можливості і перспективи підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Найпоширенішими на ринку послуг є такі ризики:

1. Виконавчий ризик – споживач побоюється, що робота буде виконана не досить вдало. Наприклад, замість відомого лікаря обстеження проводитиме його асистент, який внаслідок недостатньої кваліфікації і практичного досвіду може поставити неточний діагноз.

2. Фізичний ризик – споживач вагається, чи не буде завдано йому фізичної шкоди під час обслуговування. Наприклад, усадки або пошкодження одягу під час прання або хімічного чищення.

3. Фінансовий ризик – чи буде компенсовано усі витрати споживача послуг.

4. Психологічний ризик – як придбання послуги відіб'ється на самолюбстві чи самоповазі людини.

5. Соціальний ризик – як придбання послуги позначиться на іміджі людини в очах інших людей (наприклад, лікування окремих хвороб, інтимні послуги).

6. Ризик втрати часу – споживач побоюється витрат часу, зусиль, зручностей під час купівлі, ремонту, заміни тощо.

## 1.2 Генезис розвитку ринку послуг в Україні

Нині найгірше становище на ринку послуг пралень і хімчисток України. Із розвитком фінансової кризи, що розпочалась у 2008 р., обсяги робіт зменшилися на 25–30 %, а деякі замовники урізали свої витрати на чистоту наполовину. Негативний̆ вплив на бізнес цих підприємств спричинила часткова відмова від їхніх послуг ресторанних мереж і салонів краси, які пояснюють свою економність зниженням відвідуваності закладів і підрахунками, що дешевше витратитися на устаткування й установити свої пральні машини. У сегменті приватних замовлень справи набагато гірші. Віддавати речі в прання відповідним закладам зараз готові на 70 % клієнтів менше, ніж у докризовий період [8]. Ураховуючи цю тенденцію, усе більше підприємств замислюються про доцільність підтримки такого напряму, тим більше, що воно передбачає наявність приймальних пунктів, утримання яких обходиться все дорожче.

На другому місці за збитками перебуває ринок послуг ремонтних майстерень. На сьогодні в багатьох ремонтних майстернях справи давно ідуть не кращим чином, особливо якщо враховувати той факт, що деякі виробники збільшили терміни гарантійного обслуговування до трьох років. Після закінчення цього часу споживачі все частіше вважають за краще купувати нові прилади, а не ремонтувати застарілі моделі. Отже, річний обсяг цього ринку не перевищує 40 млн грн, що не так багато, як хотілося б підприємцям. Виняток становлять хіба що компанії, яким удалося отримати значних корпоративних клієнтів (кафе, готелі й ін.) або досягти статусу авторизованого сервісного центру, проте таких існує невелика кількість [9].

Не в найкращому стані й ресторанний ринок України. Фінансова криза, передусім, ударила по представниках середнього класу – основних відвідувачів пі церії, кав’ярень, барів. До фінансової кризи український ресторанний ринок зростав за рахунок закладів нижнього та середнього цінових сегментів. Кількість таких ресторанів щороку збільшувалася на 20–30 %. Однак наприкінці 2008 р. недорогі заклади під кризовим тиском почали закриватися [8].

Із найменшими втратами з кризи виходять заклади, що належать до великих ресторанних мереж і груп, що мають резерв для підтримки життєдіяльності малоприбуткових проектів. Також вижили заклади, менеджмент яких орієнтований̆ на клієнта, а не на високий̆ прибуток. Якість кухні та рівень сервісу інших ресторанів різко знизилися через скорочення витрат за рахунок переходу на низько–якісну сировину з одночасним підвищенням цін.

Найменше криза вплинула на приміські ресторани великих міст, які, незважаючи на явне посилення конкуренції̈, процвітають. У передмістях мегаполісів відкриваються ресторани середнього й високого цінових сегментів.

Не оминула криза й ринок салонів краси. Скорочення сімейних бюджетів українців істотно зменшило кількість їхніх відвідувачів. Нечисленні клієнти стали більш ретельно підходити до вибору послуг. Власники косметичних закладів скаржаться, що цей̆ удар по їхньому бізнесу може стати нищівним. Традиційною причиною зменшення числа клієнтів експерти називають фінансову кризу, через яку дехто з постійних клієнтів скоротив кількість своїх візитів або зовсім відмовився від них. У салонах краси відзначають, що ситуація може стати ще гіршою, якщо вони підвищать свої розцінки, а це – неминуче. За прогнозами експертів, усі ці чинники приведуть значну кількість салонів краси на межу виживання [9].

У такому самому стані перебуває ринок корпоративного страхування. Економічний̆ спад 2009 р. провокує його переділ. Щоб утримати підприємства, які продовжують страхувати своїх співробітників, страховики планують знижувати вартість полісів, зменшувати обсяг покриття й пропонувати додаткові послуги. Експерти виділяють дві причини занепаду. Головна – загальне зменшення числа працюючих у нашій̆ країні, які разом із робочим місцем автоматично втратили оплачувані підприємствами поліси страхування життя. Друга причина скорочення страхування – абсолютна економія, якою скористалася майже вся вітчизняна промисловість. Передчуваючи звуження корпоративного ринку, страховики почали переділ його залишків. Уже зараз більшість із них відмовляються від спеціалізації̈ на конкретних галузях і роблять ставку на нових клієнтів, яких залучатимуть перевіреними методами, головний̆ із яких – економія. За найоптимістичнішими прогнозами, страховики матимуть в обслуговуванні до 80 % підприємств, які ще не відмовилися від продовження страховок, песимісти пророкують охоплення 40–50 % компанія̆ [10].

Щодо ринку послуг телефонії̈ України, то він залишається в стабільному стані, але влада міст і райцентрів усе ж уважає за необхідне підвищити вартість абонентської̈ плати за користування стаціонарними телефонами. Після збільшення абонентської̈ плати оператори місцевого зв’язку практично вийдуть на рівень собівартості, що дасть їм можливість хоча б частково компенсувати недоотримані через нестабільність валютного курсу доходи за міжнародним̆ зв’язок. Представники компанії̆ заявляють, що вони істотно втрачають на необхідності переведення коштів із гривні у тверду валюту, якою розраховуються з міжнародними операторами [11].

Найперспективніший̆ напрям розвитку сучасного ринку послуг в Украйні – туристичний̆ бізнес. Україна посідає одне з помітних місць у світі щодо наявності унікальних туристичних та культурно–рекреаційних ресурсів.

Водночас туризм в Україні ще не набув пріоритетного становища. Це пов’язано з відсутністю інтегрованої̈ системи взаємозв’язків між усіма видами економічної діяльності, зокрема між транспортом, промисловістю, сільським господарством, будівництвом, медициною, культурою тощо. Ефективний̆ розвиток туристичної̈ галузі тісно пов’язаний̆ зі сферою розгалуженої̈ транспортної̈ інфраструктури, адже транспортні послуги відіграють визначальну роль у переміщенні людських, грошових, товарних потоків [6].

Необхідна умова розвитку туризму в Україні – ефективне функціонування готельної̈ індустрії̈, що дає близько 60 % усіх доходів від туризму. На сьогодні розвиток індустрії̈ готельного бізнесу в Україні гальмується низкою зовнішніх і внутрішніх факторів. Тому важливою видається зміна структури галузі, зокрема поява висококатегорійних готелів у складі мережі й малих готелів сімейного

Економічний̆ спад вплинув також на готельний̆ ринок України. Як вважають експерти міжнародної̈ консалтингової̈ компанії̈ «Knight Frank», унаслідок скорочення кількості туристів уже в кінці 2008 р. учасники ринку відчули зниження попиту, а у 2009 р. на ринку зафіксовано рекордне зменшення заповнювання й прибутковості готелів. За підрахунками фахівців, порівняно з аналогічним періодом минулого року, завантаження великих готелів, незважаючи на дефіцит готельних номерів в Україні, скоротилося з 80–95 % до 45–50 %, а прибутковість одного номера – майже на 13 % [6]. Усупереч економічному спаду, надія на краще залишається. Так або інакше готельний̆ дефіцит в Україні буде ліквідований̆, а тому готельєри вже зараз шукають нові шляхи просування своїх продуктів [9].

Не в найгіршому стані перебуває ринок реклами завдяки своїм перспективам. Але сьогодні неможливість спрогнозувати обсяг продажу на наступний̆ рік і невизначеність із курсом гривні змушують багато компанії̆ оптимізувати витрати на просування. Чимало рекламодавців визнають, що скорочуватимуть бюджети, перерозподіляючи вкладення в доступніші та ефективніші, на думку рекламодавця, види комунікації̈. Рекламні агенції̈, намагаючись утримати клієнтів, пропонують нові технології̈ просування. Однак клієнти поки що не ризикують іти на рекламні експерименти. Більшість традиційних технологій̆ вичерпали себе, зусилля нав’язливої̈ реклами призвело до падіння продуктивності повідомлень. Однак рекламодавець в Україні поки лише придивляється до нових форматів. Утім, спеціалісти, котрі просувають нові види реклами, налаштовані оптимістично [8].

У подібному стані перебуває ринок маркетингових послуг. Згідно з дослідженням на цьому ринку, у зв’язку з економічною кризою близько 80 % компанії̆ скорочують бюджети на маркетинг або планують це зробити в нинішньому році. У деяких сферах бізнесу (наприклад будівництво, банківська справа, автовиробництво, страхування, туризм) зниження витрат іноді досягає 100 % [6]. Навіть фармацевтичний̆ сектор, який̆ завжди демонстрував один із найнижчих коефіцієнтів еластичності попиту, за ціною відмовляється від використання багатьох маркетингових інструментів, які були ефективні в минулому. Криза активно стимулює психологічну готовність керівників багатьох підприємств переходити на нові нестандартні для України методики роботи, що, звичайно, сприятиме появі нових можливостей̆ для розв’язання важливих стратегічних завдань. І подолати всі фінансові негоди вдасться тільки тим учасникам ринку, які зуміють правильно розставити пріоритети й грамотна вибудувати свою маркетингову політику [9].

Найкращий стан на сьогодні на ринку послуг автозаправок України. Перспективи тут є, причому не тільки за рахунок будівництва нових АЗС, але й реконструкції̈ та переобладнання старих об’єктів. Експерти стверджують про подальшу концентрацію бізнесу в руках великих мереж, хоча повне розділення ринку серед них навряд чи відбудеться, оскільки невелика кількість успішних власників АЗС залишиться у великих містах, а в нинішній̆ ситуації̈ чекати швидкого приходу мереж у маленькі населені пункти не доводиться [10].

Телекомунікації̆ ринок – один із найперспективніших і швидко зростаючих напрямів галузі зв’язку України. На сьогодні система телекомунікації̆ в Україні перебуває на шляху швидкого розвитку, що в цілому орієнтоване на інтеграцію української системи зв’язку у світову як рівноправного партнера. Однією з галузей̆ зв’язку, що бурхливо розвивається, вважаємо мобільний̆ зв’язок.

Мобільний̆ зв’язок сьогодні – одна з наймогутніших рушійних сил в індустрії̈ телекомунікації̆. Прибутки від мобільного зв’язку зараз перевищують прибутки від міжнародного зв’язку в стаціонарних телефонних мережах, а в майбутньому ця різниця обіцяє зрости ще більше. У деяких країнах ємність мереж стільникового зв’язку вже перевищила аналогічний показник для стаціонарних мереж. Високі темпи розвитку стільникових мереж спостерігаються й в Україні, випереджаючи темпи росту в Західній̆ Європі, яка ще у 2009 р. практично наблизиться до стовідсоткового насичення ринку [6].

Серед традиційних фінансових послуг перспективним вважають розвиток синдикованого кредитування, при якому великі за обсягом кредитні операції̈ здійснює банківській̆ синдикат, що об’єднує декілька банківських установ. Синдиковане кредитування реального сектору економіки експерти розглядають як один із найперспективніших напрямів розвитку вітчизняного ринку фінансових послуг. Мета синдикованого кредитування – прагнення зробити кредитні історії українських компанії̆ публічними, забезпечити доступ широкого кола інвесторів до фінансування підприємств із динамічним розвитком.

Також перспективним вважається розвиток в Україні лізингової̈, франчайзингової та консалтингової̈ діяльності. Останніми роками значно розширився контингент населення, який̆ є потенційним споживачем соціальних послуг за рахунок появи нових форм соціального благополуччя. Однак сучасний̆ рівень розвитку системи соціальних послуг, якість та види послуг, їх доступність для населення значно відстають від потреби людей̆. Тому можна сказати, що надання соціальних послуг перспективний̆ і водночас зникаючий̆ вид послуг [8].

Неефективність системи соціальних послуг, зокрема, засвідчує її надмірна централізація, тенденція до концентрації послуг у стаціонарних установах, відсутність стандартів якості послуг, нераціональна система фінансування. На думку Мінпраці, навіть в умовах подальшого нарощування обсягів фінансування цієї системи, однак при збереженні нинішніх підходів до управління нею, неможливо досягти головної мети – запропонувати людям справді якісні послуги, орієнтовані на їхні реальні потреби.

Нині назріла необхідність у глибоких структурних перетвореннях, упровадженні нової системи соціальних послуг – європейського зразка, яка, зокрема, передбачає поступове звільнення держави від функцій безпосереднього надавання соціальних послуг і передачу їх недержавним організаціям. Водночас за державою мають бути закріплені функції фінансування та контролю за використанням коштів.

Відносно обмеженою вважається частка України й у міжнародній торгівлі послугами. Відношення між експортом та імпортом послуг України складає 64,47 % до 35,53 % [8]. Водночас у країні є потенціал для розвитку міжнародної торгівлі послугами. Так, розвиток науки, технологій і висококваліфікована робоча сила – необхідні передумови для динамічного розвитку інформаційно– комунікаційних технологій, програмного забезпечення, електронної й мобільної торгівлі, які ґрунтуються на основі глобальної мережі Інтернет, що може відіграти роль «локомотиву розвитку», тобто простимулювати розвиток усієї національної економіки, забезпечити міцні конкурентні переваги на світових ринках. Слід також використати вигідне геоекономічне положення країни для розвитку транспортної інфраструктури [9].

Слід зауважити, що розвиток експорту послуг України має стійку тенденцію до зростання не тільки в абсолютному вимірі, а й у відносних показниках. В економіці України вже набули розвитку деякі види послуг, такі як транспорт, торгівля, туризм, страхові, фінансові, ділові, послуги з ремонту.

## 1.3 Переваги розвитку туризму у порівнянні з індустріальним напрямом

 Сфера послугпредставляє собою сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві й реалізації послуг і духовних благ для населення.

Останні десятиліття характеризуються збільшенням ролі сфери послуг у світовій економіці. Розширюється спектр пропонованих послуг, спостерігається зростання числа зайнятих у цій сфері. У національних економіках розвинутих країн сфера послуг за значущістю посідає головне місце. Скажімо, сьогодні у ФРН у цій сфері зайнято 41 % робочої сили, в Італії – 38 %, у Нідерландах – майже 50 %, у США – 73 %. У сфері послуг зайнято більше половини працездатного населення світу [1].

Для промислово розвинених країн середньорічні темпи приросту ВВП у сфері послуг за останні два десятиліття істотно випереджають темпи приросту ВВП у сфері виробництва товарів (близько 2,5%). Аналогічні тенденції характерні й для ряду країн, що розвиваються, де темпи виробництва в галузях сфери послуг мають ще вищі значення. У світовій економіці також спостерігається постійне збільшення обсягів експортно–імпортних операцій у сфері послуг . Така динаміка цілком відповідає тенденції глобалізації світової економічної системи і більшістю авторів розцінюється як ознака формування нового типу економіки, характерного для етапу постіндустріального розвитку.

Так, відповідно до теорії суспільства Д. Белла [2], існує три стадії економічного розвитку суспільства – до індустріальна, індустріальна і постіндустріальна. В умовах до індустріального суспільства спостерігається використання робочої сили в добувних галузях: гірничодобувної промисловості, рибальстві, лісництві, сільському господарстві. Індустріальне суспільство, на думку Д. Белла, існує в умовах масового виробництва товарів. Зародження постіндустріального суспільства характеризується домінуванням у робочій силі професійного й технічного класу замість промислового пролетаріату. При цьому, перехід від індустріального до постіндустріального суспільства має кілька етапів:

– перший, розвиток промисловості припускає експансію транспорту й суспільних служб як послуг, пов'язаних з рухом товарів;

– другий етап, зростання сфери розподілу (оптової й роздрібної торгівлі), фінансового сектору, операцій з нерухомістю і страхуванням в умовах масового споживання благ;

–на третьому етапі зростання національного доходу супроводжується зменшенням у населення частки видатків на харчування, а збільшений залишок направляється спочатку на придбання товарів тривалого користування, а потім предметів розкоші, на відпочинок і споживання інших послуг.

Слід зазначити, що в умовах постіндустріального суспільства такі особливості сфери послуг, як високий динамізм, територіальна сегментація й локальний характер, висока швидкість обороту капіталу внаслідок короткого виробничого циклу, їхня висока чутливість до ринкової кон'юнктури у зв'язку з неможливістю транспортувати й складування послуги, у процесі надання послуг відбувається особистий контакт виробника і споживача, індивідуальність і нестандартність надаваних послуг, висока диференціація продукту в одній галузі, невідповідність інформації у виробника і споживача .

Трансформація економіки при переході від індустріальної стадії розвитку суспільства до постіндустріальної супроводжується експансією послуг. Сфера послуг стає найважливішим джерелом росту ВВП і головним об’єктом для працевлаштування населення. Загалом можна виділити такі основні глобальні тенденції:

– підвищення значимості нематеріальних форм виробництва, що приводить до якісних змін асортименту послуг;

– зміна ролі традиційних послуг (торгівлі, транспорту) як елементів обслуговуючої інфраструктури;

– розвиток телекомунікацій, фінансової сфери та комплексу наукомістких ділових послуг як вагомого чинника конкурентоспроможності;

– різке збільшення ролі соціальних послуг у забезпеченні економічного зростання;

–  розвиток економіки послуг в інтеграції з матеріальним виробництвом.

Динаміку сфери послуг визначає низка довготривалих чинників, зокрема: вплив науково–технічного прогресу, що формує нові види послуг; масштабна структурно–технологічна перебудова матеріального виробництва в розвинених країнах у 70–80–ті роки, пов’язана з економічною кризою; урбанізація, що породжує додаткові потреби в послугах, насамперед побутових і соціальних; масова автомобілізація та комп’ютеризація, що сформували спеціальний сектор економіки послуг; збільшення витрат на послуги, пов’язані з формуванням і розвитком людського капіталу (освіта, охорона здоров’я, соціальне обслуговування); сприятливе ресурсне забезпечення, пов’язане з високою нормою прибутку, швидкою окупністю, забезпеченням робочою силою.

Такі процеси загалом притаманні всім країнам, однак їх інтенсивність істотно різниться. У високорозвинених країнах частка зайнятих у сфері послуг нині досягає 80%. Порівнюючи, в Україні цей показник перевищує 63%. Для нашої країни передусім характерне зростання зайнятості в сегменті традиційних послуг (зокрема, у торгівлі). Якщо в 90–х роках це дозволило послабити негативний вплив кризових явищ на ринок праці, то подальше збереження такої тенденції оцінюється як загроза для національної економіки, пов’язана з погіршенням фахового потенціалу країни, особливо його інженерно–технічної складової, та неспроможністю реалізувати інноваційну модель розвитку. На відміну від України, у розвинутих економіках протягом останнього десятиліття за темпами росту лідирують ділові послуги (інформаційні, аудиторські, консультаційні тощо), покликані забезпечити ефективне функціонування підприємств шляхом впровадження сучасних форм організації праці, налагодити взаємодію між різноманітними суб’єктами процесу створення, апробації та реалізації інноваційного продукту.

Досліджуючи цю проблему, І. Кавецький та Я. Остафійчук наголошують на значимості в постіндустріальній економіці процесів софтизації виробництва. «Софтизація, будучи неологізмом терміну «розм’якшення», характеризує якісно нові пріоритети та підходи до забезпечення сталого економічного зростання, коли «твердим» елементам господарського механізму, якими перенаситилася класична індустріальна економіка, необхідні «м’які» вкраплення у формі інноваційних підходів до інформаційного забезпечення, оптимізації й оперативності управління виробництвом» [3]. Автори виділяють такі прояви софтизації:

* посилення ролі сфери послуг у розвитку економіки, зниження частки сфери матеріального виробництва в основних макроекономічних показниках;
* зростання в системі продуктивних сил ролі інфраструктурних елементів, функціонування яких формує загальні умови виробництва та є динамічним чинником його організації, зміна рольових функцій обслуговуючих виробництв;
* перетворення галузевої структури з переважанням вертикальних (ієрархічних) зв’язків у мережеву, де провідними стають горизонтальні зв’язки та концентричний принцип організації, коли навколо основного виробництва (промислового ядра) формується мережа потужної сервісної інфраструктури;
* дифузія сфери послуг у сферу матеріального виробництва, обумовлена підвищенням значимості та синергетичної найважливішого нематеріального ресурсу – інформації, що дозволяє в умовах швидко змінного економічного середовища оптимізувати діяльність господарських суб’єктів, знижувати прямі та непрямі витрати.

Названі явища супроводжуються трансформацією просторової організації економіки, обумовлюючи появу нових форм господарської діяльності як у результаті виникнення нових видів послуг, так і за рахунок виділення в самостійні господарські структури операцій, що раніше були складовою частиною індустріального виробництва: промислові корпорації відкривають власні сервісні фірми; всередині цих фірм розширюється номенклатура послуг, яка часто виходить за межі тієї або іншої сфери обслуговування; сервісні фірми освоюють нове виробництво з використанням наявних у них ресурсів, а економія на масштабах дозволяє здешевити послуги та розширити ринки збуту [3].

Проблема стимулювання розвитку територій, особливо депресивних, є вкрай важливою для України. Нині міжрегіональні розбіжності валового регіонального продукту в розрахунку на одну особу перевищують 6,4 раза. Як наслідок, значними є й відмінності показників діяльності сфери послуг, зокрема її соціального сегмента. Соціально орієнтована ринкова економіка передбачає забезпечення цілісності соціально–економічного простору та зближення рівнів обслуговування жителів різних територій країни відповідно до чинних соціальних стандартів. Незважаючи на деяке поліпшення ситуації порівняно з 2000 р., в Україні зберігаються значні диспропорції інфраструктурного потенціалу й обсягів надання послуг. Наприклад, у 2011 р. різниця між крайніми за рангом регіонами за рівнем охоплення дітей дошкільною освітою становила 1,9 раз, за їх забезпеченістю площею приміщень ДДЗ – 1,8 раз.

Згідно з даними останнього обстеження соціально–економічного становища сільських населених пунктів України, більше третини з них, а це 9,5 тис. поселень, не мали жодного медичного закладу. Кожне п’яте з таких сіл знаходиться на відстані понад 10 км від найближчої медичної установи, 28,3% сіл – від 5 до 10 км, 29,4% – від 3 до 5 км і лише в 23,5% сільських поселень медичний заклад розташований на відстані менше 3 км. Попри економічну невиправданість відкриття лікарень та амбулаторій у селах з невеликою чисельністю жителів, слід констатувати гостру проблему відсутності пунктів первинної медичної допомоги в межах пішохідної доступності, що посилюється незадовільною забезпеченістю медичних установ (насамперед служби швидкої невідкладної допомоги) спеціалізованим транспортом.

Значною мірою це обумовлено економічними причинами. Нині в фінансовому забезпеченні реалізації державних соціальних стандартів і державних соціальних гарантій основна роль відводиться місцевим бюджетам. У середньому за 2000–2010 рр. їхня питома вага в житлово–комунальному господарстві дорівнювала 93%, в охороні здоров’я – 79%, у видах діяльності, спрямованих на забезпечення духовного та фізичного розвитку (фізична культура і спорт, культура і мистецтво) – 63%, в освіті – 64%. У 2010 р. різниця між першим і останнім регіонами за величиною видатків місцевих бюджетів (ураховуючи міжбюджетні трансферти) у розрахунку на населення становила: освіта – 1,6 раз, культура і мистецтво – 1,8 раз, житлово–комунальне господарство – 10,3 раз.

Певні види послуг, зокрема вищезгадані ділові послуги, можуть виступати «ядрами» економічного зростання, навколо яких формуватимуться полюси росту економіки території, а отже і зміцнення її фінансової бази. Так, М. Мальськи відзначає, що сфера послуг суттєво впливає на просторову організацію суспільства, оскільки вона характеризується відносно відокремленим механізмом формування ринкового середовища та створення ринково орієнтованої мотивації економічних суб’єктів. Як наслідок збільшення темпів і обсягів виробництва послуг, розвиток малого та середнього бізнесу створюють умови для формування в просторових системах послуг «ядер» економічного зростання, які володіють здатністю до формування зовнішніх резонансних ефектів, що поширюються на інші види діяльності суспільно–просторової системи. Такими «ядрами» можуть стати просторові системи послуг, спрямовані на розширення спектру й обсягів реалізації ділових і фінансових послуг, торговельних, транспортних і туристичних послуг, послуг зв’язку [4].

Реалізація економічного механізму державного регулювання розвитку сфери послуг має здійснюватися на всіх рівнях управління – державному, регіональному, міжрегіональному, місцевому на основі законодавства, національної політики й індикативного планування різних видів послуг. Завданням регіональної політики держави у цій сфері є забезпечення її комплексного та збалансованого розвитку з урахуванням специфіки й особливостей конкретного регіону.

На наш погляд, значним потенціалом щодо визначення стратегічних напрямів розвитку сфери послуг конкретної території володіє теорія кластерів. У сучасних умовах суб’єкти господарювання для підвищення соціально–економічної ефективності можуть застосовувати такі напрямки:

1) пошук індивідуальних методів реагування на зміни в зовнішньому середовищі для формування ефективного механізму розвитку при активізації інноваційно–інвестиційних процесів;

2) формування необхідного потенціалу всередині суб’єктів господарювання, що відповідає вимогам до соціально значимих проектів, програм, які підтримуються державою;

3) зміна своєї цільової спрямованості для комерціалізації одержуваних результатів;

4) інтеграція з іншими господарюючими суб’єктами сфери послуг чи інших галузей;

5) виділення з найбільших суб’єктів господарювання сфери послуг окремих компаній, орієнтованих на задоволення конкретного сегмента ринку, що спеціалізуються на наданні одного чи декількох схожих видів послуг. Реалізація двох останніх напрямків веде до утворення кластерів як співтовариства економічно тісно пов’язаних і близько розташованих суб’єктів господарювання суміжного профілю, що взаємно сприяють росту конкурентоспроможності один одного. Оскільки функціонування сфери послуг безпосередньо впливає на якість життя населення, доцільно розбудовувати ті кластери, які породжують і підтримують стійкий у часі та просторі розвиток організацій сфери послуг (так звані сервісоподтримуюючі кластери [5, с. 19]). При цьому координація діяльності економічно незалежних суб’єктів повинна здійснюватися у рамках формування стратегії сталого розвитку території за участі регіональних і місцевих органів влади.

Досвід різних країн показав, що кластерний підхід є основою для конструктивного діалогу між представниками підприємницького сектору та держави. Він дозволив підвищити ефективність взаємодії приватного сектору, держави, торговельних асоціацій, дослідницьких і освітніх установ в інноваційному процесі. У світовій практиці все більше проявляється вищезгадана тенденція – концентрація компанії на головних напрямах і делегування виробництва проміжних продуктів і ключових послуг іншим, у тому числі й малим, підприємствам. З урахуванням цієї тенденції створення кластерів позитивно впливає на малий бізнес. Так, у європейських країнах на державному рівні стимулюється створення регіональних центрів промислового аутсорсингу та субконтрактації , що спеціалізуються на наданні наступних послуг: допомога в розміщенні замовлень на виготовлення продукції або виконання виробничих процесів, включаючи пошук відповідних підприємств; проведення тендерів на постачання субконтрактаційної продукції і виконання виробничих процесів; технічний консалтинг; організаційний консалтинг при переході підприємства на аутсорсинг, включаючи аналіз ринку альтернативних постачальників; надання послуг для новостворюваних інноваційних підприємств [5]. Звідси очікується, що в найближчому майбутньому основну роль у забезпеченні конкурентоспроможності для кластерів (а отже й для територій їхнього функціонування) відіграватиме чинник якості корпоративної стратегії.

Як уже було сказано, сфера послуг посідає вагоме місце в забезпеченні належних умов життєдіяльності населення. Формування громадянського соціально орієнтованого суспільства, яке задеклароване пріоритетом суспільного розвитку в Україні, передбачає підвищення соціальної ефективності послуг, їх впливу на рівень життя, задоволення потреб населення. Водночас розвиток людини має пов’язуватись не тільки з тим, що вона може отримати від суспільства, а й з тим, що вона повинна віддати. Піднесення людських потреб і розширення доступності суспільних благ–послуг має поєднуватися зі зростанням свідомості та відповідальності по відношенню до себе, інших людей – сучасників і наступників, а також стосовно природи. Йдеться про такий стратегічний пріоритет розвитку вітчизняної сфери послуг, як формування нової світоглядної ідеології – ідеології сталого розвитку. Як відзначають автори монографії «Сталий розвиток: світоглядна ідеологія майбутнього», підвалини розкриття цієї ідеології перебувають у площині загальних процесів техносферизації людського мислення, а отже, і господарської поведінки. Проте розроблення нової духовної концепції ускладнюється тим фактом, що сучасний народ надмірно обтяжений у своїй свідомості мірками матеріальних ціннісних орієнтирів [6].

Визначаючи зміст і доступність освітніх, культурних, інформаційних та інших послуг, держава володіє можливостями поступового формування інститутів екологічної відповідальності й екологічної культури. Екологічна культура спрямована, з одного боку, на звільнення людини від жорсткої природної детермінації, а з іншого – на гармонізацію відносин між суспільством та навколишнім природним середовищем. Вона є своєрідним, специфічним сполученням знань і загальнолюдських рис (людяності, гуманності, совісливості, відповідальності, бережливості та ін.), які реалізуються в конкретних історичних і соціально–екологічних умовах буття людини та виявляються у ціннісному ставленні до навколишнього світу, а також збереженні довкілля, традицій, звичаїв, обрядів [7, с. 59].

Важливу роль теж відіграє освітніх сегмент сфери послуг. У багатьох публікаціях йдеться про необхідність становлення так званої освіти в інтересах сталого розвитку (Education for Sustainable Development). Вона розглядається як сучасний підхід до організації навчального процесу, який включає інформування членів суспільства про основні проблеми сталого розвитку, формування світогляду, що базується на засадах сталості, переорієнтацію навчання з передачі знань на встановлення діалогу, орієнтацію на порушення та практичне розв’язання місцевих проблем. Її мета – опанування громадянами всіх вікових категорій навичками ідентифікації об’єктивно існуючих екологічних обмежень економічного розвитку та набуття компетенцій вирішення проблем, які виникають у соціальній, економічній та екологічній сферах на користь сталості.

Як зазначають дослідники, процес модернізації національної освітньої сфери в інтересах сталого розвитку потребує: формування нормативно–правових засад реалізації Стратегії ЄЕК ООН для освіти в інтересах сталого розвитку; модернізації змісту навчання на основі компетентнісного підходу, введення екологічної освіти у навчальні програми всіх рівнів і форм освіти; створення відповідної інституційної структури в межах чинних повноважень Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Міністерства екології та природних ресурсів України на базі провідних вищих навчальних закладів, громадських об’єднань, оргуських інформаційно–просвітніх центрів тощо; підготовки та перепідготовки відповідно до перспективних потреб педагогічних кадрів з екології і сталого розвитку [7]. Отже, сталий розвиток суспільства можна розглядати як безперервний процес навчання, включаючи розширення знань, формування спеціальних навиків, життєвих позицій і цінностей щодо здорового способу життя в гармонії з природою.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, для високорозвинених в економічному відношенні країн характерним є виникнення нової технологічної парадигми та перехід домінуючої ролі в економіці до сфери послуг. Чітко прослідковуються закономірності поглиблення диференціації та посилення персоніфікації послуг, їх проникнення в індустріальну сферу, що забезпечує нову якість економічного зростання. В Україні швидка деіндустріалізація не супроводжувалась якісними змінами, що вказує на необхідність наукового обґрунтування зміни пріоритетів розвитку та запровадження ефективних механізмів державного регулювання процесів постіндустріальних трансформацій національної економіки.

Серед стратегічних пріоритетів розвитку сфери послуг в Україні слід назвати такі: інтеграція сервісної діяльності з матеріальним виробництвом, його софтизація; виконання ролі «точок» економічного зростання територій країни, у тому числі з використанням кластерного підходу, що узгоджується з принципом поляризованого розвитку державної регіональної політики; підвищення якості та доступності соціальних послуг, тим самим поліпшення якості життя населення; формування нової світоглядної ідеології в суспільстві на засадах концепції сталого розвитку.

Перспективним напрямом подальших наукових досліджень насамперед є вивчення шляхів удосконалення механізмів державного управління процесами постіндустріальної трансформації національної економіки, створення адекватного інституційного середовища.

## Висновки до 1 розділу

Отже, можна зробити висновок, що внаслідок економічної кризи в Україні найбільше потерпають такі сфери послуг, як пральні та хімчистки, ремонтні майстерні, трохи краще становище має ресторанний ринок, ринок салонів краси й ринок корпоративного страхування, зберігають стабільність із найменшими втратами ринок телефонії, готельний ринок, ринок реклами та маркетингових послуг, а в стані процвітання перебуває ринок послуг автозаправок. Щодо перспективи розвитку сфери послуг України, то і закономірним є її залежність від своєчасного подолання загальноекономічної кризи.

Також розвиток сфери послуг в Україні потребує залучення додаткових інвестицій, у т. ч. іноземних. Залучення іноземного капіталу забезпечить не тільки надходження необхідних фінансових ресурсів, а й передових, технічно ефективних методів реалізації послуг, що сприятиме підвищенню їх якості, доступності, культури обслуговування та, у підсумку – підвищить конкурентоспроможність вітчизняних виробників послуг і значно зміцнить позиції̈ України в міжнародному обміні послугами.

## РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

## 2.1 Оцінка економічного забезпечення розвитку сфери послуг в Україні

У І кварталі 2019р. індикатор ділової впевненості у сфері послуг1 не змінився порівняно з ІV кварталом 2018р. і становить мінус 3%.



Рисунок 2.1 – Очікувані зміни попиту на послуги (обсягів реалізації послуг) підприємств сфери послуг

Усі складові для розрахунку цього індикатора мають такі сезонно скориговані значення балансів: ϖ щодо бізнес–ситуації за жовтень–грудень 2018р. – мінус 5%; ϖ оцінка попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) за жовтень–грудень 2018р. – мінус 1%, а очікування за цим показником у І кварталі 2019р. становлять мінус 3%.





Рисунок 2.2 – Очікувані зміни попиту на послуги (обсягів реалізації послуг) підприємств сфери послуг

За результатами обстеження підприємств сфери послуг виявлено такі очікування респондентів щодо стану їх ділової активності на І квартал 2019р. порівняно з попереднім кварталом.

На графіку ми бачим, що найбільше підросте сфера Інформації та комунікації, фінансова та страхова діяльність, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок.





Синій 4 квартал 2018

Червоний 1 квартал 2019

Рисунок 2.3 – Очікувані зміни кількості працівників на підприємствах сфери послуг

Зниження впливу на роботу підприємств сфери послуг такого стримуючого чинника, як недостатній попит, та одночасне посилення впливу такого фактора, як нестача робочої сили. У І кварталі 2019р. індикатор ділової впевненості у сфері фінансових послуг1 підвищився порівняно з ІV кварталом 2018р. на 5,6 в.п. і становить плюс 3,3%.





Рисунок 2.4 – Індикатор ділової впевненості у сфері фінансових послуг

За складовими цього індикатора сезонно скориговані значення балансів такі: ϖ щодо бізнес–ситуації за жовтень–грудень 2018р. – мінус 1%; ϖ оцінка попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) за жовтень–грудень 2018р. – плюс 3%, а очікування за цим показником у І кварталі 2019р. становлять плюс 8%. У сфері фінансових послуг у І кварталі 2019р. порівняно з попереднім кварталом респонденти очікують:

1. Збільшення кількості працівників на підприємствах сфери фінансових послуг.
2. Зростання цін на фінансові послуги.
3. Покращення конкурентної позиції на внутрішньому ринку.

Таблиця 2.1 – Результати опитування підприємств сфери послуг у січні 2019 року

|  |  |
| --- | --- |
| Сфера послуг (секції H–N, R, S, крім розділу 94 за КВЕД–2010) | Результати опитування 1436 підприємств |
| Як змінилась бізнес–ситуація за жовтень–грудень 2018р. | поліпшилась | не змінилась | погіршилась | Не відповіли | баланс | зміна балансу до ІVкв. 2018, в.п. |
| 17 | 61 | 22 | 0 | –5 | 1 |
|  |
| Як змінились за жовтень–грудень 2018р. | більше | Без змін | менше | не відповіли | баланс | зміна балансу до ІVкв. 2018, в.п. |
| попит на послуги (обсяг реалізації послуг) | 22 | 53 | 23 | 0 | –1 | 1 |
| кількість працівників | 19 | 58 | 23 | 0 | –4 | 4 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Як, на Вашу думку, зміняться в січні–березні 2019р.: | більше | Без змін | менше | не відповіли | баланс | зміна балансу до ІVкв. 2018, в.п. |
| попит на послуги (обсяг реалізації послуг) | 20 | 56 | 23 | 1 | –3 | –2 |
| кількість працівників | 15 | 73 | 12 | 0 | 3 | 6 |
| ціни на послуги | 36 | 62 | 2 | 0 | 34 | 7 |

Продовження таблиці 2.1

|  |  |
| --- | --- |
| Фінансова та страхова діяльність (секція К за КВЕД–2010) | Результати опитування 166 підприємств |
| Як змінилась бізнес–ситуація за жовтень–грудень 2018р | поліпшилась | не змінилась | погіршилась | Не відповіли | баланс | зміна балансу до ІVкв. 2018, в.п. |
| 14 | 71 | 15 | 0 | –1 | 5 |
| Як змінились за жовтень–грудень 2018р.: | більше | Без змін | менше | не відповіли | баланс | зміна балансу до ІVкв. 2018, в.п |
| попит на послуги (обсяг реалізації послуг) | 23 | 57 | 20 | 0 | 3 | 10 |
| кількість працівників  | 24 | 58 | 18 | 0 | 6 | 8 |
| операційний дохід | 36 | 36 | 25 | 3 | 11 | 3 |
| операційні витрати | 53 | 33 | 11 | 3 | 42 | 10 |
| рентабельність  | 18 | 53 | 26 | 3 | –8 | 2 |
| капітальні витрати | 31 | 60 | 7 | 2 | 24 | 18 |
| Як змінилась конкурентна позиція за жовтень–грудень 2018р.: | поліпшилась | не змінилась | погіршилась | Не відповіли | баланс | зміна балансу до ІVкв. 2018, в.п. |
| у цілому | 18 | 55 | 8 | 19 | 10 | 11 |
| в Україні  | 17 | 57 | 9 | 17 | 8 | 12 |
| в ЄС  | 1 | 24 | 1 | 74 | 0 | 3 |
| за межами ЄС | 1 | 24 | 1 | 74 | 0 | 2 |

Джерело: Сформовано автором на основі [72]

За ІІ квартал 2019 року підприємства сфери послуг реалізували споживачам послуг на 221,1 млрд грн, що на 3,5% більше, ніж за другий квартал 2018 року.

Найбільше за другий квартал 2019 року було реалізовано послуг у сфері складського господарства та допоміжної діяльності у сфері [транспорту](https://www.ukrinform.ua/tag-transport)— на 41,9 млрд грн. На другому місці за цим показником — сфера наземного та трубопровідного транспорту (37,4 млрд грн), на третьому — надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна (20,1 млрд грн).

Лідером за обсягом наданих послуг за ІІ квартал 2019 року було місто Київ (95,3 млрд грн). Серед областей України перше місце за цим показником посіла Одеська (16,4 млрд грн), друге — Дніпропетровська (15,3 млрд грн), третє — Львівська (9,4 млрд грн) область.

Найменший обсяг послуг у квітні–червні 2019 року було реалізовано у Луганській (на 460 млн грн), Чернівецькій (854,5 млн грн) та Рівненській (1,2 млрд грн) областях.

## 2.2 Розрахунок ефективності сфери послуг в Україні

Поступове посилення загальносвітових тенденцій випереджального розвитку сфери послуг, збільшення інтелектуальної складової в результатах будь–якого виробництва, тотальної інформатизації суспільства створюють умови, за яких економіка здобуває цілком певні сервісні риси. Вони висувають необхідність чіткого уявлення про закономірності, зміст і можливостях розвитку сервісної економіки, що особливо важливо для України, що вступила на шлях створення соціально орієнтованої ринкової економіки. Становлення постіндустріального суспільства супроводжується спрямованим ходом економічних процесів, за яких з'являється більше можливостей для економічної волі учасників і створення світової системи поділу праці. У результаті зростає роль бізнесу й підприємництва. Бізнес розглядається в якості традиційної економіки, а підприємництво є інноваційною частиною економіки, у якій створюється до 80% ВВП, тобто основний приріст валового внутрішнього продукту (ВВП).

Таким чином, розвиток економіки в нових умовах вимагає вирішення питань взаємин зі споживачами, враховуючи всі стадії життєвого циклу продукції для визначення оптимальної ціни, тому що в економічному змісті придбання продукції є по суті, інвестиційним процесом. У цьому випадку зростає значимість експлуатаційних характеристик продукції, що визначають строк окупності вкладень у її придбання, а також рівень прибутки, який може бути забезпечений при її використанні. Такий підхід приводить до оцінки продукції з позиції споживчої вартості товару, а не з позиції витрат виробника.

Неухильно зростає роль соціальної й екологічної складових економічної ефективності використання продукції. Разом з тим, ринкові перетворення в українській економіці показали, що ринкова стихія може викликати негативні наслідки, які не сприяють творчому підприємництву у сфері сервісної економіки. Це свідчить про необхідність участі держави в здійсненні стратегічного курсу розвитку сервісного підприємництва, з метою концентрації державних ресурсів на їх найбільш пріоритетних напрямах розвитку. З іншого боку, недостатньо враховується загальносвітова тенденція соціалізації суспільства, у здійсненні якої концептуальний початок належить нематеріальному виробництву, взагалі, і сервісній сфері, зокрема. Відбувається недооцінка особливої функціональної ролі виробництва послуг і інших нематеріальних благ, як фактора додання якісно іншої структури всьому суспільному виробництву.

Зазначені загальні положення знаходять своє практичне вираження не тільки в скороченні вкладень в освіту, науку, культуру, охорону здоров'я й інші життєво важливі галузі, покликані служити розширеному відтворенню "людського капіталу". У цілому відбувається зниження ролі інтелекту в процесі соціально–економічного розвитку українського суспільства, що у свою чергу, обумовило відставання інфраструктури сфери послуг від вимог часу й зниження задоволення потреб у різного виду послугах. система, що склалася об'єктивне вимагає створення й постійного вдосконалення методів державного регулювання розвитком сервісної економіки, що забезпечує надійний вплив держави на всі галузі соціальної сфери, а також процеси розвитку бізнесу й підприємництва.

На цій основі повинне вирішуватися завдання розширення й поглиблення сервісного обслуговування всіх верств населення країни й регіонів з урахуванням створення найбільш сприятливих умов діяльності кожного колективу й працівника як виробника й споживача матеріальних благ і послуг. Досягнення подібного положення в суспільстві робить особливо важливими питання теорії й методики формування й удосконалення дієвої державної політики у сфері розвитком сервісної економіки. Тільки на такій основі стає можливим зміцнення ринкової економіки, орієнтованої на НТП. Усе це й визначило вибір теми статті, її актуальність і значимість.

Сервісна економіка, як ми вже відзначали вище, стає закономірним етапом переходу до диверсифікованості виробництва, а потім до диференціації продукції при відмові від масового виробництва однотипної продукції, тому на передній план виходить стандартний "незавершений продукт". При цьому індивідуальне замовлення й соціально–економічний маркетинг стає основою гармонізації інтересів виробника, споживача й суспільства. Такий підхід визначає зміст створення будь–якого сервісного підприємства, який полягає в створенні споживачів, тому що тільки пропозиція продукції в такій формі, щоб людина зацікавилася її придбанням, може породжувати адекватний попит. З іншого боку, підприємства сервісного підприємництва можна розглядати як громадські організації, концепцією яких є групові інтереси. Згідно із цією концепцією підприємства розглядаються як організації, які для колективної, заснованої на поділі праці, виробництва товарів і послуг використовують ресурси, надавані постачальниками, інтереси яких у свою чергу задовольняються продукцією підприємств.

Кінцевою метою такого підприємства є збереження того спільного знаменника, під який підводять приватні інтереси всіх партнерів, поки вони вважають, що вартість послуг, що здобуваються, вище їх ресурсних витрат. Тому підприємство як суспільна установа піддається впливу соціальних норм, культурних установок і моральних оцінок як на рівні своїх внутрішніх зв'язків, так і у відношенні із зовнішнім середовищем. Адже сервісна економіка розбудовується під впливом різних факторів, що характеризують економічні умови й ділове середовище конкретних регіонів і муніципальних об'єднань, у яких функціонують малі й середні підприємства сервісу, а також індивідуальні підприємці [16, с. 115].

Визначення пріоритетних видів і форм сервісного підприємництва повинне бути засноване на прогнозна–аналітичній оцінці ситуації на конкретних територіях регіону (міста, району) з обліком можливих соціально–економічних наслідків. Насамперед перевага повинна бути віддана розвитку тих видів малого сервісного бізнесу, які є профільними для регіону (конкретного міста, муніципального об'єднання) і дають порівняно швидкий ефект у насиченні ринку необхідними товарами й послугами. Особливості функціонування бізнес–структур сервісної економіки визначаються факторами, що впливають на підприємництво, його організаційними формами, а також функціями й технологіями роботи сервісного підприємця.

Особливо численними є економічні фактори, до яких ставляться масштаби ринків і рівень їх розвитку, величина й розподіл доходів населення, рівень платоспроможного попиту й інтенсивність конкуренції в галузях, стійкість національної валюти, готовність населення вкладати свої заощадження в національну економіку, а також різні фактори, що впливають на вхідні бар'єри в галузевий сервісний бізнес і ділові ризики (доступність кредитів, стан основних фондів і ін.). Розвиток сервісної економіки країни повинне проходити в обох напрямах: збільшення ємності внутрішнього ринку й проникнення на зовнішній ринок, без чого неможливо стратегічний розвиток будівельного виробництва й економіки країни в цілому. Тому аналізуючи тенденції розвитку організаційних форм сервісних підприємств, можна зробити висновок про те, що всі вони умовно діляться на індивідуальні організаційні форми партнерства, що представляють собою об'єднання сервісних підприємців, які спільно здійснюють свою діяльність на основі часткової власності. Індивідуальне підприємництво має соціальну значимість, мобілізує творчий потенціал і активізує інноваційну діяльність, але водночас має обмежені можливості до мобілізації капіталу власними ресурсами, обмеженість управлінських ресурсів підприємця його власним інтелектом і досвідом. В об'єднань сервісних підприємців більш широкі можливості для залучення капіталу за рахунок збільшення числа учасників, більш того, у них підвищується субсидіарна відповідальність, обумовлена організаційною формою [17].

Тим самим, результати функціонування сфери послуг вимагають відбиття взаємодії споживача й виробника, що припускає зосередження уваги державного регулювання на акті такої взаємодії, а не на виробничій діяльності підприємств різних галузей і особистості споживача, як учасника ринкових відносин. Організацію сервісного після–продажного обслуговування необхідно розглядати як єдину систему, зміни в якій повинні проводитися з урахуванням взаємозв'язку її складових у статистиці й динаміці: структурній, функціональній, інформаційній й управлінській.

Для забезпечення стабільного функціонування й розвитку після–продажного сервісу необхідно постійне вдосконалення складових — функціональної й управлінської, приділяючи при цьому більше уваги інформаційній складовій, яка є своєрідним датчиком зміни навколишнього середовища, що має стратегічне значення для успішної діяльності сервісних підприємств. Підприємство, що бажає повністю використовувати сервіс як фактор комерційного успіху й підвищення конкурентоспроможності продукції й послуг, повинне створити ефективну службу після–продажного обслуговування й уже на стадії розробки виробу (послуги) закласти основи високого попиту на нього за рахунок забезпечення високої надійності, працездатності, якості і т.д.

Тому успішно функціонуючі підприємства сервісу повинні виконувати специфічні функції, спрямовані на задоволення суспільних і особистісних інтересів, незалежно від впливу змін зовнішнього середовища, що можливо тільки при наявності системи державного регулювання підприємством, здатної забезпечувати виконання основних функцій сервісного підприємства як соціально–економічної системи. При цьому головною функцією державного регулювання є планування й прогнозування діяльності сервісного підприємства, незалежно від його організаційно–правової форми й форми власності, тому що колектив повинен бути орієнтований на задану мету на основі свідомого вибору певного варіанта дій у конкретній зовнішній обстановці [18]. Одже, сервісне підприємництво охоплює своєю діяльністю велику кількість галузей, відрізняється різноманітністю видів послуг і безпосереднім зв'язком з потребами населення й підприємствами виробничої й невиробничої областей господарства конкретних регіональних територій, що визначає необхідність використання різноманітних методів і інструментарію в управлінні розвитком сервісної сфери з посиленням регіонального й місцевого аспектів. У зв'язку із цим стає важливим посилення ролі прогнозування, стратегічного планування розробки й реалізації цільових програм, що передбачають комбінацію всіх методів впливу на розвиток сервісної економіки.

Функція такого впливу припускає наявність гнучкого неординарного способу організації системи державного регулювання, який виражається в нестандартному підході до вирішення проблем, застосуванні прогресивних методів сучасного стратегічного планування. Сутність ефективного управління сервісною економікою зводиться до одержання максимально можливого соціального ефекту від функціонування її об'єктів (у кількісному і якісному вираженні). Щодо цього функції, завдання й методи управління сервісною економікою повинні визначатися специфікою галузі й регіону, на території якого функціонують сервісні підприємства, включаючи також відомі сучасній науці й практиці елементи менеджменту й державного регулювання.

Для виконання складних сервісних проектів необхідна інформація: про продукт, послугу або процес; збуті й техніку продажів; ринку; сферах застосування продукту; документальному оформленні угод. Обсяг інформації і її спрямованість залежать від специфіки діяльності сервісного підприємства, від його клієнтури на ринках, від конкретних умов функціонування підприємства. Фактично сервісний підприємець повинен планувати продажі товарів і послуг, що виражається в складанні схем і планів ведення переговорів про продажі. У цьому зв'язку планування представляється необхідною функцією управління сервісним підприємством, тому що впорядковані, взаємопов'язані дії сприяють більш його ефективному функціонуванню й розвитку.

Для досягнення успіху у своїй діяльності в умовах твердої конкуренції сервісні підприємства повинні, насамперед створити привабливий імідж, тобто повинен скластися в масовій свідомості емоційно пофарбований образ або певна сукупність властивостей, які, на думку людей, є в підприємства, підприємця як індивідуальної особистості, що багато в чому визначає сприйняття клієнтами продукції й послуг, відношення клієнтів до підприємця. У створенні привабливого іміджу велике значення має фірмовий стиль сервісного підприємства. При розробці бренд–стратегії необхідно враховувати перспективу діяльності підприємства. Фактично бренд можна назвати інструментом формування державної політики, використання якого повинне підвищувати ефективність управлінського процесу. Кваліфікація, уміння ефективне взаємодіяти й спілкуватися, розуміння змісту в обраній сфері діяльності є основними складовими успішної діяльності сервісного підприємця (підприємства) [19].

Для здійснення ефективної діяльності сервісного підприємства велике значення має дослідження соціально–психологічного портрета покупця послуг. Стиль життя використовується як індикатор індивідуальності, тому використання сегментації за стилем життя у сфері сервісу здобуває особливу значимість, для чого необхідні дослідження в області мотивацій і індивідуальності, системи цінностей (активність особистості, інтереси особистості, думки, соціально–демографічні характеристики особистості і т.д.).

## 2.3 Туризм у структурі ринку послуг

Україна належить до країн, які володіють величезним потенціалом для залучення інвестицій. Оскільки вона багата природними ресурсами та має сприятливий клімат, то перспективною галуззю для інвестування стає туристичний сектор. Нині туризм входить до повсякденного життя більшої частини населення, до того ж він займає головне місце серед провідних галузей світової економіки. Ця галузь має чимало економічних переваг для країни: стимулює розвиток інфраструктури (готелі, ресторани та ін.), забезпечує зростання доходів та підвищення рівня добробуту населення і т. д. Левова частка від туристичної сфери припадає на збільшення дохідної частини бюджету країни за рахунок податків. Окрім того, туризм має широкі можливості для залучення різного роду інвестицій.

Для більшості країн світу туризм – це одна з найбільш пріоритетних галузей економіки, оскільки дохід від туристичної сфери становить майже 50%. Наприклад, у таких країнах, як Франція, Іспанія, Італія, Малайзія, Таїланд, США, Кіпр та Єгипет туризм входить до першої трійки провідних галузей держави. У цих та низці інших країн він розвивається швидкими темпами і відіграє важливу роль у розвитку економіки, оскільки створює нові робочі місця, забезпечує зростання рівня життя населення, розвиває виробничу інфраструктуру та збільшує валютні надходження у разі здійснення іноземних інвестицій. Залишається актуальним одне з найбільш дискусійних питань – фінансове забезпечення функціонування галузей економіки країни. Розвиток сучасної світової економіки неможливо уявити без інвестиційної діяльності. Україна не є винятком [12]. Україна – одна з держав Європи, яка має потенційні можливості для розвитку туристичної сфери. Вигідне географічне розташування, унікальні історико–культурні та природно–кліматичні ресурси мають велике значення для формування туристичної привабливості країни. По–перше, в Україні є велика кількість історичних пам'яток архітектури та культури, у тому числі античної.

Це такі міста, як Київ, Львів, Луцьк, Кам'янець–Подільський та Чернівці. По–друге, країна багата на привабливі природні ландшафти. Зокрема, це гірські території Карпат, морські прибережні території Одеської, Миколаївської, Херсонської та Запорізької областей. По–третє, велика кількість об'єктів пізнавального туризму, а саме музеїв, театрів, історико–архітектурних заповідників, палацово–паркові комплекси, старовинні замки та фортеці. Туристичний бізнес упевнено прагне першості порівняно з іншими галузями. Сфера послуг і такі її складники, як готельний комплекс, туризм, рекреаційний бізнес, наука та наукове обслуговування, здатні зробити значний внесок у збільшення валового внутрішнього продукту за відносно малих капітальних витрат та коротких термінів окупності [13]. Зокрема, С. Захарчук зазначає, що «туристична галузь – це галузь, яка за порівняно невеликих витрат може дати значний прибуток, адже оборотність капіталу в цій галузі в чотири рази вища, ніж у середньому в інших галузях світового господарства, при цьому витрати на створення одного робочого місця в інфраструктурі туризму в 20 разів менші, ніж у промисловості» [14]. Певною мірою територія України з наявними туристичними ресурсами є привабливою для туристів, але це не є достатньою умовою для зростання загальної туристичної привабливості крани. Для цього потрібно оновлювати та формувати нову матеріально–технічну базу, споруджувати нові готельні комплекси, санітарно–курортні зони, проводити реконструкцію та модернізацію історичних пам'яток культури. Все це можливо за рахунок інвестицій у туристичну галузь, проте для збільшення загальної суми вкладень необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат.

Під поняттям «інвестиційний клімат» розуміють ступінь сприятливості ситуації, що складається у тій чи іншій країні, для ймовірного надходження інвестицій [6]. Для формування сприятливого інвестиційного клімату необхідно розробити певну інвестиційну політику. Економіка України перебуває у складній ситуації, яка зберігає тенденції до погіршення з 2014 р. внаслідок агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході країни. Питання забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в Україні залишається стратегічно важливим, адже від цього залежать соціально–економічний розвиток, ефективність залучення до міжнародного поділу праці та можливості модернізації національної економіки.

Перебіг сучасних політичних процесів переважно негативно впливає на інвестиційний клімат та міжнародну інвестиційну привабливість України. Причинами цього є низка проблем:

– негативний міжнародний імідж країни;

– значні диспропорції регіонального та галузевого розвитку; – застарілість інфраструктури; – податкове навантаження;

– низький рівень захисту інвесторів та ефективності законодавства з питань корпоративного управління. Як було зазначено, у більшості країн світу, які активно займаються розвитком цієї сфери, частка її доходів у ВВП становить 25–45%, в Україні ж вона не переходить межу 2,3%.

Аналізуючи, можна говорити, що протягом останніх п’яти років найбільша частка туристичної галузі у ВВП країни була в 2013 р. і становила саме 2,3%. Надалі ситуація погіршується, що є наслідком вищезазначених причин. За даними Державного комітету статистики, загальна сума капітальних інвестицій в Україні становила 359 216,1 млн. грн. у 2016 р., що на 139 796,2 млн. грн. більше, ніж у 2014 р. При цьому обсяг капітальних інвестицій у туристичну сферу становить 4 619,2 млн. грн., що свідчить про зростання їх обсягу на 720 млн. грн. порівняно з 2014 р. Тобто капітальні інвестиції, здійснені в туристичну галузь, становлять лише 1,29% загальних капітальних інвестицій в економіку країни. Найвагоміша частка капітальних інвестицій у 2016 р. спрямована на тимчасове розміщення й організацію харчування, що становить 32%. На мистецтво, спорт, розваги та відпочинок припадає 21% капітальних інвестицій. На тимчасове розміщення туристів та на сферу діяльності закладів харчування спрямовано майже однакову кількість інвестицій, а саме 16% і 15% від загального обсягу відповідно.

Своєю чергою, найменше інвестицій припадає на діяльність туристичних операторів та агентств – 1,06% від загального обсягу капітальних інвестиції. Проте за аналізований період частка, яка припадає на фінансування туристичних операторів та агентств, зросла з 31,7 млн. грн. до 49 млн. грн., що свідчить про посилення їх діяльності на цьому ринку. Варто також зазначити, що протягом 2016 р. були відсутні капітальні вкладення у функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури. Незважаючи на позитивну динаміку щодо зростання обсягів капітальних вкладень у туристичну сферу, Україна має низький рівень іміджу на світовому інвестиційному ринку. У більшості рейтингів вона посідає останні місця за інвестиційною привабливістю. Якщо поліпшити цю ситуацію, то, можливо, туристична сфера зможе посилити свої позиції в рейтингах та поліпшиться інвестування усіх галузей.

У розрізі цієї теми варто здійснити також аналіз динаміки туристичних потоків у країні (табл. 2.2). За даними Державної служби статистики, у 2016 р. Україну відвідало більше 13 млн. осіб, і з кожним роком кількість туристів, які відвідують нашу країну, зростає. При цьому зростає також кількість осіб, які виїжджають за кордон, у 2016 р. це 24 млн. Головною причиною обрання закордонного відпочинку є передусім те, що вартість послуг, що надаються в Україні, не відповідає їхній якості. Лідерами країн, з яких прибули туристи до України в 2016 р., є Білорусь (84 361 особа), Російська Федерація (44 497 осіб), Туреччина (12 192 особи), Ізраїль (10 752 особи) та США (5 701 особа).

Таблиця 2.2 – Структура та динаміка капітальних інвестицій у туристичну сферу за 2014–2016 рр., млн. грн. [15]

|  |  |
| --- | --- |
| Показник | Роки |
| 2014 | 2015 | 2016 |
| Капітальні інвестиції (всього в Україні) | 219419,9 | 273116,4 | 359216,1 |
| Капітальні інвестиції у сферу туризму | 3898,3 | 4704,6 | 4619,2 |
| 1. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (усього), у тому числі  | 508,7 | 1044,3  | 969,9 |
| – діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг  | 52,1 | 84,9 | 200,4 |
| – функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури  | 41,3 | 124,7 | 0 |
| – надання інших видів послуг | 21,4 | 3,3 | 0 |
| 2. Діяльність у сфері спорту, організація відпочинку та розваг, у тому числі  | 393,9 | 831,4 | 644,6 |
| – діяльність у сфері спорту | 301,4 | 686,7 | 368,5 |
| – організація відпочинку та розваг | 92,5 | 144,7 | 276,1 |
| 3. Тимчасове розміщення й організація харчування | 1482,0 | 1393,1 | 1477,9 |
| 4. Тимчасове розміщення, у тому числі | 867,1 | 890,2 | 756,1 |
| – діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення | 798,5 | 814,8 | 697,6 |
| – діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання | 58,9 | 66,6 | 50,1 |
| – інше | 9,7 | 8,8 | 8,4 |
| 5. Діяльність із забезпечення стравами та напоями (у тому числі ресторанна справа) | 614,9 | 502,9 | 721,7 |
| 6. Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов`язана із цим діяльність | 31,7 | 42,7 | 49,0 |

До складу туристичного сектору також варто віднести сукупність готелів та інших засобів розміщення, ресторанів, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваг, об'єктів пізнавального, лікувального, оздоровчого, спортивного, релігійно–культового, ділового й іншого призначення. Кількість колективних засобів розміщення туристів в Україні за аналізований період зменшується. Порівняно з 2013 р. готелів в Україні стало менше понад 1 000 одиниць. Основною причиною цього є політична та соціально–економічна ситуація в країні, що ускладнило фінансове становище готельних підприємств, які змушені були припинити свою діяльність. З отриманих результатів можна зробити висновок про необхідність інвестування у цю галузь, а саме інвестування в такі підрозділи, як: мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення, діяльність закладів харчування (ресторанна справа), діяльність туристичних агентств та операторів. Розвиток туристичної індустрії в країні протягом досліджуваного періоду можна охарактеризувати у цілому як позитивний. До основних причин, що перешкоджають залученню іноземних інвестицій, належать: низький рівень довіри до влади, військові дії на сході країни, втручання органів державної влади в сектор приватного бізнесу, тіньова економіка, корупція, нестабільність політичної ситуації та сфери оподаткування. Проте найголовніша причина – відсутність стратегії економічного розвитку країни.

Уряд України повинен чітко визначити пріоритети інвестиційної діяльності суб'єктів туристичної індустрії, а для цього доцільно визначити інструменти та важелі державного регулювання, які він буде застосовувати. Передусім необхідно стимулювати фінансово–кредитні важелі, які будуть спрямовані на створення сприятливого кредитного середовища; фіскальні важелі, які будуть передбачати оптимальну кількість податків для підприємств рекреаційно–туристичного комплексу; соціально–психологічні важелі, які б формували імідж України як держави, сприятливої для рекреації та туризму. Отже, інвестування в туристичну сферу має чимало переваг як для економіки країни, так і для самого інвестора:

– джерело валютних надходжень до національної економіки;

– поповнення дохідної частини бюджету за рахунок розширення податкової бази;

– збільшення споживчого попиту;

– створення нових робочих місць;

– розширення виробництва товарів та послуг, що збільшуються у результаті платоспроможного попиту туристів;

– зростають доходи населення, що працюють у туристичній сфері;

– швидкий термін окупності витрат.

Окрім того, розвиток туризму має й недоліки, що проявляються в тому, що він:

– впливає на ріст цін на місцеві товари та послуги, на земельні й інші види природних ресурсів і нерухомість;

– сприяє відтоку грошей за кордон через туристичний імпорт;

– викликає екологічні та соціальні проблеми;

Для вирішення цих проблем та для розвитку туристичної сфери необхідно стимулювати попит на туристичну продукцію, яка здебільшого хоча й дорого коштує, проте забезпечує країні високий прибуток, підвищує рівень зайнятості населення та збільшує конкурентоспроможність країни на світовому ринку. Крім того, необхідно поліпшити транспортну та готельну інфраструктури країни. Україні слід поширювати свої туристичні послуги, проводячи рекламні кампанії за допомогою ЗМІ як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринку. Невід'ємною частиною розвитку туристичної галузі є співпраця з міжнародними організаціями та підтримка зв'язків із міжнародними інвестиційними туристичними фондами.

## Висновок до 2 розділу

Таким чином, ефективне функціонування сервісного підприємства можливо тільки при ефективній організації мотиваційної структури, що характеризує співвідношення мотивів, які визначають поведінку людину. Це співвідношення формується під впливом генетичних факторів і факторів навколишнього середовища. При цьому характерно, що для успішної діяльності сервісного підприємства важлива мотивація не тільки власних працівників, але й споживачів його послуг.

Створення ефективних підприємницьких структур у сфері сервісу в умовах ринкової економіки припускає наявність розвитому системи бізнес–комунікацій, що відбивають взаємодію суб'єктів маркетингової системи в процесі сервісного підприємництва. Структура бізнес комунікацій є найважливішим аспектом функціонування підприємства як соціально–економічної системи. Більше того, з розвитком нових інформаційних технологій (національних і міжнародних, комп'ютерних мереж даних, експертних систем, інтегрованих систем обробки інформації, електронних офісів) бізнес–комунікації стають більш оперативні, дозволяючи здійснювати організацію інтеграції сервісного бізнесу в міжнародному масштабі.

Туризм є інвестиційно привабливим видом економічної діяльності, що може зайняти одне з провідних місць в економіці України. Оцінивши світовий досвід у цій галузі, можна сказати, що в Україні достатньо можливостей для розвитку туристичної сфери. Розглянувши питання, пов’язане з інвестиційним кліматом, який склався в країні, варто говорити про необхідність розроблення правильної та ефективної інвестиційної політики на рівні держави, яка буде спрямована на поліпшення умов та факторів, що впливають на динаміку інвестицій в економіку, зокрема в туристичну індустрію. Частка від туристичної діяльності в загальній структурі ВВП України не перевищує 2,3%, тоді як у західній практиці ця межа становить 25–40%. Туристична галузь здатна приносити чималий прибуток. З іншого боку, вона потребує значних капіталовкладень, про що свідчать структура та динаміка капітальних інвестицій. Частка капітальних інвестицій у туристичну діяльність становить лише 1,3%, хоча й прослідковується позитивна динаміка залучення інвестицій як у туризм, так і в економіку країни загалом.

Дослідження дає підстави зробити висновок про те, що обсяги залучених фінансових ресурсів у сферу надання туристично рекреаційних послуг нині є недостатніми. За даними Державної служби статистики, прослідковується позитивна тенденція туристичних потоків протягом аналізованого періоду, хоча кількість колективних засобів розміщення туристів в Україні зменшується. Визначивши проблеми та переваги від розвитку туризму в Україні, можна сказати, що розвиток туристичної індустрії в країні протягом досліджуваного періоду можна охарактеризувати у цілому як позитивний, що має значні перспективи. Проте на рівні держави варто розробити збалансовану інвестиційну політику у цій сфері, яка буде спрямована на національні інтереси держави та на її інноваційний розвиток, що призведе до підвищення конкурентоспроможності України.

## РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ

## 3.1 Удосконалення механізмів державного стимулювання розвитку туризму

Туристичний бізнес України є невід’ємною складовою світового туристичного бізнесу. Держава проголосила туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки і культури, визначила основні цілі державного регулювання та пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму [20].

У нашій країні туризм має потужний потенціал. Але його економічна віддача поки що незначна. Розвиток сфери туризму гальмується недосконалістю нормативно–правової бази, а також методичної, організаційної, юридичної та інформаційної підтримки суб’єктів підприємництва в сфері туризму та курортів; недостатньою ефективністю механізмів державного регулювання та управління туристичними підприємствами у сфері туризму і курортів; незначними обсягами інвестицій у розвиток матеріально–технічної бази туризму та туристичної інфраструктури; неефективністю використання рекреаційних ресурсів.

Аналіз економічних показників розвитку сфери туризму в областях, містах і селах свідчить про недостатню дієвість та активність господарчої діяльності в сфері туризму. Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування недостатньо впливають на раціональне використання існуючого туристсько–рекреаційного потенціалу регіонів. До теперішнього часу не визначено механізми, за допомогою яких місцеві органи влади могли б ефективно впливати на соціально–економічний розвиток [21, с.326; 22, с.39].

Це обумовлено тим, що незважаючи на значну теоретико–методологічну базу досліджень проблем використання туристсько–рекреаційних ресурсів вітчизняними і зарубіжними вченими, питання державного регулювання сфери туризму досліджено недостатньо, в першу чергу, щодо удосконалення механізмів державного регулювання та організаційної структури управління туристичною і курортно–рекреаційною сферами у регіонах України.

Досвід свідчить, що ефективне державне управління може здійснюватися лише за наявності досконалих механізмів державного регулювання. Тому необхідна розробка системи заходів щодо підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму на загальнодержавному та регіональному рівнях. Необхідність пошуку раціональних шляхів підвищення ефективності механізмів державного регулювання сфери туризму і курортів у регіонах України обумовила мету дослідження даної статті – розробка теоретичних, методичних і практичних положень щодо підвищення ефективності механізмів державного регулювання сфери туризму.

Для досягнення поставленої мети визначено та вирішено комплекс наукових завдань:

– визначити сутність поняття державного регулювання сфери туризму;

– виявити основні механізми підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму;

– розробити пропозиції щодо удосконалення організаційної структури державного регулювання сфери туризму на обласному рівні.

Об’єктом дослідження є процес державного регулювання сфери туризму на обласному рівні. Предметом дослідження є механізми підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму.

З огляду на вимоги Закону України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, яким визначаються основні цілі державного регулювання у сфері туризму, а також шляхи реалізації державної туристичної політики [20], треба підкреслити, що державне регулювання у сфері туризму здійснюється органами, яким законодавством надано повноваження щодо реалізації державної політики у сфері туризму. Разом з тим, у законі відсутнє визначення поняття державного регулювання у сфері туризму. Такого визначення немає і в інших нормативно–правових актах, які регулюють відносини у сфері туризму.

Незважаючи на актуальність і значення державного регулювання сфери туризму, цьому питанню у вітчизняній літературі присвячено недостатньо наукових праць і досліджень. При цьому спостерігаються різні підходи до визначення сутності державного регулювання сфери туризму. Одні автори вказують, що: „Об’єктами регулювання з боку держави є: формування потреб у відпочинку населення країни, регулювання його вільного часу, тривалість відпусток, формування і підтримка рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, підготовка кадрів для рекреаційно–туристичних комплексів, територіальна організація туристичної сфери, охорона рекреаційних ресурсів і заповідних територій” [23, с.183].

Інші науковці зазначають, що об’єктами державного регулювання є соціально–економічні процеси, які відбуваються у національній економіці в цілому, а також на окремих її рівнях і в ланках [24, с.14].

При цьому засоби цільового впливу держави на розвиток туристичної сфери можуть розподілятися на прямі та непрямі, до яких відносяться законодавче регулювання туристичної діяльності та її зовнішнього середовища, створення та впорядкування спеціальних туристичних зон, фінансування розбудови об’єктів туристичної інфраструктури тощо.

Ряд фахівців вважає, що державне регулювання у сфері туризму повинно сприяти збереженню ресурсів України та враховувати специфіку конкретного регіону. Для цього необхідно здійснювати державне регулювання формування і розвитку рекреаційної діяльності в таких масштабах, які б не приводили до виснаження рекреаційного потенціалу відповідного регіону [25, с.33], а також сприяли сталому розвитку туристично привабливих територій [26, 27].

Такої думки дотримуються й вчені, які вважають, що державне регулювання розвитку туристично–рекреаційної галузі повинно бути спрямовано на розробку законодавства, у якому буде визначено систему стандартів, рівень якості рекреаційного обслуговування, питання ліцензування і сертифікації рекреаційної діяльності; проведення зонування з метою виявлення територій для різних видів рекреаційного використання; визначення екологічних норм у поєднанні із санітарно–гігієнічними вимогами для рекреації; створення служб вивчення попиту на рекреаційні послуги, а також на розвиток відповідної рекламної індустрії, системи підготовки кадрів і створення кадастру рекреаційних ресурсів [28, c. 31].

Проблеми державного регулювання сфери туризму є актуальними і серед російських науковців та фахівців. Виходячи з того, що туризм, в силу залучення до нього великої кількості людей і ресурсів, не може лишатися без спеціальних правових, організаційних, економічних засобів упливу, а також з метою обмеження негативних сторін конкуренції, багато уваги приділяється методам державного регулювання сфери туризму, які забезпечують вироблення різних напрямів розвитку індустрії туризму. Базуючись на класифікації методів державного регулювання, Ю.О. Тихомирова [29, с.9] виділяє шість груп методів (способів) державного регулювання туризму як галузі економіки:

1. Методи (способи) нормативного державного регулювання у сфері туризму (упровадження загальних правил здійснення туристичного, готельного, екскурсійного обслуговування та інших видів туристичної діяльності; установлення порядку створення, реорганізації та ліквідації суб’єктів туристичної діяльності, а також порядку діяльності органів публічної влади, які здійснюють державне регулювання туризму).

2. Програмно–установчі способи розвитку туризму (цільові програми розвитку туризму, адресні інвестиційні програми, тощо; концепції розвитку туризму, стратегії державної політики у сфері туризму).

3. Легалізація, засоби здійснення підприємницької та іншої економічної діяльності у сфері туризму (ліцензування, акредитація, сертифікація).

4. Способи нормативно–кількісного виміру у сфері туризму (стандарти туристичного, готельного, екскурсійного обслуговування; ціни на туристичні послуги, наприклад, у сфері соціального туризму; тарифи; нормативи; податки (збори); плата; ставки (мито, тощо).

5. Способи підтримання і стимулювання діяльності організацій туристичної індустрії (кредити, пільги, відстрочки, держзамовлення, протекціонізм, антимонопольне регулювання і підтримка конкуренції).

6. Контрольно–облікові і „забороняючі” способи регулювання у сфері туризму (облік, статистична звітність, перевірки та інші форми контролю, заборони, обмеження, приписи, санкції, штрафи, тощо; позбавлення легальності (призупинення, визнання недійсними угод, дій, актів) [29, с.10–11].

Аналіз такого розподілу методів (способів) державного регулювання стосовно чинного законодавства України і зокрема Закону України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” установив, що такий розподіл є прийнятним лише для умов Російської Федерації і не може в цілому застосовуватися в Україні.

По–перше, вказана стаття [30] була написана у той період, коли в Росії ще не було прийнято закон, який регулював відносини у сфері туризму. По–друге, деякі питання, які авторами включаються до способів державного регулювання, вже урегульовано іншими законодавчими актами, наприклад, порядок створення, реорганізація та ліквідація суб’єктів туристичної діяльності; встановлення порядку діяльності органів публічної влади, які здійснюють державне регулювання туризму; надання кредитів; антимонопольне регулювання; призупинення чи визнання недійсними угод, дій, актів.

До групи 5 входять способи підтримки рівня діяльності з організації туристичної індустрії, її стимулювання, відстрочки сплати податків, державне замовлення. Але в Україні відсутні такого роду відносини. У групі 6 є способи, які передбачають такі форми контролю як приписи, санкції (штрафи). Згідно з українським законодавством такі повноваження надані органам прокуратури, які не відносяться до органів, що здійснюють державне регулювання.

Проаналізувавши результати досліджень різних авторів щодо визначення сутності поняття “державне регулювання”, а також враховуючи цілі державного регулювання у сфері туризму згідно з Законом України “Про внесення змін до Закону України “Про туризм”, можна сформулювати наступне визначення поняття “державне регулювання сфери туризму” – це цілеспрямований вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження щодо формування і підтримки туристсько–рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів і заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів для рекреаційно–туристичних комплексів.

Державне регулювання здійснюється за допомогою механізмів та заходів їх реалізації, які повинні забезпечувати вироблення різних напрямів розвитку індустрії туризму. “Конкретні механізми управління (зокрема і державного) частіш за все трактуються як сукупність способів, методів, важелів, через які суб’єкт управління впливає на об’єкт управління для досягнення певної мети. При цьому є спроби представлення механізму здійснення процесу управління, у який включають елементи системи управління та простежують послідовні зміни об’єкта управління із зазначенням засобів його перетворення” [31].

У словнику–довіднику за редакцією В.М. Князєва та В.Д. Бакуменка “механізми державного управління” визначаються як “практичні заходи, засоби, важелі, стимули, за допомогою яких органи державної влади впливають на суспільство, виробництво, будь–яку соціальну систему з метою досягнення поставлених цілей” [32].

Процес державного регулювання сфери туризму потребує здійснення комплексу організаційних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективної реалізації державної політики. Враховуючи зазначене, державне регулювання сфери туризму можна розглядати через дію таких основних механізмів:

– регламентуючого – держава за допомогою законів, нормативно–правових актів, нормативів установлює певні правила та регламенти діяльності різних видів туристичної діяльності, визначає правовий простір;

– стимулюючого – він включає способи підтримки діяльності та стимулювання її активізації організацій туристичної інфраструктури;

– соціального – передбачає регулювання державою соціально–економічних відносин, які б забезпечували доступ до туристичних та екскурсійних послуг дітям, молоді, людям похилого віку, інвалідам та малозабезпеченим громадянам шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб;

– коригуючого – передбачає створення умов для розвитку та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

– контролюючого – забезпечує нагляд і контроль за виконанням державних рішень і дотриманням законів у сфері туризму;

– організаційного – передбачає удосконалення структури державного регулювання та управління шляхом розмежування повноважень центральних та місцевих органів виконавчої влади, удосконалення взаємодії органів місцевого самоврядування з суб’єктами господарювання, системи підвищення кваліфікації державної служби та посадових осіб місцевого самоврядування.

Дослідження механізмів державного регулювання сфери туризму свідчать, що організаційний механізм є основою державного регулювання і потребує найбільшого удосконалення. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться: розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму; створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно–дорадчих органів; удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування з суб’єктами господарчої діяльності, пов’язаної з наданням туристичних послуг; створення туристсько–інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов’язки з питань розвитку туризму [33–38].

Порівняльний аналіз повноважень центрального і місцевих органів виконавчої влади, які здійснюють державне регулювання сфери туризму, свідчить, що державна регіональна політика в сфері туризму і курортів не повною мірою сприяє реалізації туристичних можливостей на місцевому рівні. Спостерігається невідповідність між рівнем використання ресурсів територій, на яких здійснюється туристсько–екскурсійна діяльність, і наповненістю місцевих бюджетів за рахунок її здійснення та розвитку; недосконалість системи організаційних та економічних взаємовідносин між органами місцевого самоврядування і суб'єктами, що здійснюють туристсько–екскурсійне обслуговування населення на підпорядкованій їм території. Повноваження місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в сфері туризму і курортів реалізуються не в повному обсязі: деякі з цих повноважень дублюються, а інші не дають можливості повною мірою здійснювати вимоги чинного законодавства у сфері туризму. Існуюча організаційна структура регіональної системи управління сферою туризму і курортами є недосконалою, нечітко визначено її функції та завдання [39–41].

Практика свідчить, що багато унікальних курортно–рекреаційних і туристичних можливостей використовуються не повною мірою. Причинами такого становища є те, що туристична інфраструктура значно відстає від світових стандартів, а також має гострий дефіцит фінансових ресурсів. Зараз навіть при державному сприянні довести рівень туристсько–рекреаційного обслуговування в регіонах України до світових показників поки неможливо. Виникає необхідність визначення пріоритетів перспективного розвитку сфери туризму, які варто розглядати в контексті загальнодержавних і регіональних інтересів, економічної, соціальної й екологічної ефективності.

Ураховуючи зазначене, одним з основних напрямів підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму є пошук шляхів фінансування розвитку туризму. Для створення сприятливих умов господарювання треба залучати різні джерела фінансування: приватних фірм, благодійних і громадських організацій, іноземні інвестиції, субсидії регіональних підрозділів управління. При створенні базової інфраструктури туризму основними джерелами фінансування витрат, пов’язаних з модернізацією і реконструкцією об’єктів туризму, є кошти суб’єктів туристської діяльності, підприємств та установ, організацій – власників рекреаційно–туристичних об’єктів (зокрема на умовах пайової участі), іноземні інвестиції.

З метою залучення іноземних інвестицій в рекреаційно–туристичний бізнес необхідно створювати спільні лікувально–оздоровчі або туристичні підприємства, впроваджувати механізм пільгового кредитування заходів, пов’язаних із розвитком сфери туризму, активно впроваджувати акціонування, господарювання на умовах оренди, сприяти створенню підприємств малого і середнього бізнесу.

Механізми реалізації державної туристичної політики передбачають розроблення державних і відповідних місцевих програм розвитку туризму, регулювання туристичної діяльності з боку органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування. Реалізація завдань державної і місцевих програм розвитку туризму значною мірою залежить від виконання місцевих бюджетів.

У зв’язку з тим, що основними джерелами поповнення місцевого бюджету є обов’язкові платежі та місцеві податки і збори, орган місцевого самоврядування, зацікавлений у тому, щоб на відповідній території було зареєстровано якомога більше суб’єктів підприємництва. Разом з тим, однією з головних причин низького рівня наповнення місцевих бюджетів є відсутність зацікавленості суб’єктів підприємництва у державній реєстрації безпосередньо на тій території, де здійснюється їх діяльність. Як правило, туристичні послуги надають підприємці, які не зареєстровані на відповідній території, а тому і не беруть участь у соціально–економічному розвитку території. Це свідчить про те, що система організаційних і економічних відносин органів місцевого самоврядування з суб’єктами підприємництва, організаціями, установами, громадськістю, окремими громадянами, які здійснюють діяльність у сфері туризму, не знаходиться на належному рівні.

З метою накопичення фінансових ресурсів для реалізації місцевих програм розвитку туризму доцільно створити місцеві фонди розвитку туризму за допомогою договірних угод на передачу суб’єктами підприємництва, які здійснюють діяльність у сфері туризму, частини прибутку від їх діяльності.

Авторами статті запропоновано шляхи взаємодії органів місцевого самоврядування з суб’єктами господарювання, які реалізують діяльність з надання туристичних послуг шляхом проведення конкурсного відбору переможців серед суб’єктів господарювання для наступного співробітництва. Це створення корпоративних утворень у вигляді господарського товариства та комунальних підприємств – інформаційно–туристичних центрів; надання пільг з місцевих податків і зборів; сприяння в організації рекламно–інформаційного забезпечення; надання в оренду на пільгових умовах майна територіальної громади тощо. Обґрунтовано шляхи підвищення ролі органів місцевого самоврядування в розвитку туристська–екскурсійної діяльності на основі впровадження конкурсного відбору суб’єктів підприємництва [39, с.24–25].

З метою поширення позитивного досвіду роботи у сфері туризму щодо впровадження новітніх економічних та організаційних заходів треба запроваджувати нові форми співробітництва між органами місцевого самоврядування та суб’єктами підприємництва: створювати інформаційні туристичні центри у формі комунальних підприємств; виступати співзасновниками корпоративних підприємств у вигляді господарчих товариств; надавати пільги з місцевих податків і зборів; здавати в оренду на пільгових умовах майно територіальних громад [42–46]. Це дозволить сконцентрувати потенціал професіоналізму й інфраструктурного забезпечення та інформаційних зв’язків між підприємствами і владою.

Вживання різноманітних форм взаємодії підприємств і органів місцевого самоврядування для вироблення конкурентоспроможного туристичного продукту, формування раціональних технологічних і коопераційних зв’язків, сприятиме взаємовигідному співробітництву підприємств і міської ради, формуванню конкурентних переваг та комплексному розвитку території.

Ураховуючи зазначене, можна визначити, що з метою реалізації державної туристичної політики органи місцевого самоврядування повинні сконцентрувати увагу на впровадженні наступних заходів: залучення коштів для реалізації місцевих програм розвитку туризму на основі створення обласного фонду розвитку туризму; надання пільг з оподаткування інвесторам, що інвестують реалізацію заходів місцевих програм розвитку туризму; забезпечення участі місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у підготовці проектів державної програми розвитку туризму; залучення фахівців, громадськості до експертизи проектів місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та інших правових заходів з питань туризму; сприяння паспортизації туристичних підприємств; налагодження потужної реклами, випуск високоякісного інформаційно–довідкового матеріалу, туристичних оглядових і маршрутних карт; забезпечення регулярного проведення обласних, міських туристичних виставок, фестивалів, ярмарків; участь вітчизняних виробників і туристичного продукту в подібних заходах за кордоном; внесення змін до нормативно–правових актів щодо розмежування повноважень місцевих органів виконавчої влади та центральних органів виконавчої влади у галузі туризму.

Підвищення ефективності організаційного механізму державного регулювання сферою туризму буде стимулювати туристську діяльність, підсилювати взаємозв’язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціально–економічного і культурного розвитку, сприяти збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів та туристичних потоків на регіональному ринку туристичних послуг, організації нових робочих місць.

Реалізація державної політики у сфері туризму обумовлює необхідність координації центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб’єктів підприємництва та громадських організацій. Для координації зусиль місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування, суб’єктів процесу розвитку сфери туризму в регіоні, реалізації державної і регіональної політики, забезпечення раціонального використання та збереження туристичних ресурсів доцільно на обласному рівні створювати координаційні ради з питань розвитку туризму [47–48]. Наприклад, у Донецькій області створено обласну координаційну раду з питань розвитку туризму як координаційно–дорадчий орган обласної державної адміністрації, розроблено повноваження, основні напрями діяльності цієї ради, які зорієнтовані на координацію дій місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, реалізацію державної політики в сфері туризму на території області, об’єднання коштів місцевих бюджетів для реалізації найважливіших та першочергових заходів щодо збереження та раціонального використання туристичних та рекреаційних ресурсів області.

Одним з головних заходів удосконалення державного регулювання сфери туризму є організація професійної підготовки та підвищення кваліфікації кадрів. Для впровадження економічних і фінансових заходів, спрямованих на підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму, необхідно постійно здійснювати організаційно–кадрове забезпечення цих заходів. Для цього треба розробляти регіональні програми з організації підготовки та підвищення кваліфікації кадрів державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, які займаються виконанням обов’язків у сфері туризму [49–52]. При цьому заходи щодо впровадження цих програм повинні передбачати обов’язковість системи підвищення кваліфікації для працівників, зайнятих вирішенням завдань у сфері туризму, а також заохочення виконавчих органів у систематичній професійній підготовці їх службовців.

Концептуальні підходи щодо організації підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, на яких покладено обов’язки державного регулювання у сфері туризму, які розроблено у Донецькій області, передбачають створення науково–методичного сектору при обласній 3дійову координацію заходів місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, що сприятиме збільшенню туристичних потоків на регіональному ринку туристичних послуг, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Запровадження цих механізмів буде стимулювати туристську діяльність як в Україні, так і в окремих регіонах, підсилювати взаємозв’язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного і культурного розвитку. Це буде сприяти підвищенню міжнародного авторитету України як туристичної держави на світовому ринку туристських послуг, поповненню державного бюджету на основі інтенсивних соціально–економічних зрушень у суспільстві в результаті створення сучасної туристської індустрії.

## 3.2 Використання світового досвіду розвитку сфери послуг та туризму

Ризик виникнення збитковості туризму вимагає втручання державних органів у процес просування туристичного продукту на міжнародний ринок. Майже у всіх країнах світу держава бере активну участь у фінансуванні і розвитку туристичної інфраструктури. Це втручання проявляється у виплаті дотацій туристичній індустрії, участі в експлуатації, підтримці малорентабельних підприємств. Держава покривав витрати на негативні явища, що можуть виявитися не одразу (зокрема, погіршення екологічного середовища, стану пам'яток історичного та культурного минулого, антисоціальні явища тощо). Несуть державні органи та місцева влада і частину витрат на організацію соціального туризму, тобто туристичних поїздок для малозабезпечених соціальних верств населення. Найбільшого поширення набули такі види підтримки організації поїздок у період відпусток, як виділення спеціальних фінансових ресурсів і надання щорічних пільг чи знижок на тури та компенсація туристичної індустрії за розміщення за пільговими тарифами. Як правило, в субсидуванні соціального туризму беруть участь, поряд з державними органами, профспілки та громадські організації. Нерідко державні витрати здійснюються шляхом прямої участі державних органів в експлуатації туристичних об’єктів і підприємств – готельних чи транспортних компаній: авіаційних, залізничних та морських, що потребують субсидій і дотацій [59].

За даними Конгресу США, 175 держав, тією чи іншою мірою регулюють сферу туризму. Необхідність координаційної та стимуляційної участі держави підкреслюється і в рекомендаціях міжнародних організацій [60]. Сьогодні в більшості країн світу з метою формування та реалізації туристичної політики на державній основі створені національні туристичні організації, основним завданням яких є загальне управління розвитком туризму, збільшення фінансових надходжень від іноземного туризму, розширення туристичного сезону і напрямів туристичних потоків у нові туристичні регіони країни тощо.

В межах своїх повноважень вищезгадані державні туристичні організації проводять рекламну, організаційну та дослідницьку роботу. За даними Всесвітньої туристської організації, одержаними на основі вивчення діяльності майже 100 національних туристичних організацій світу, встановлено, що вони займаються представництвом на національних і міжнародних нарадах і конференціях, беруть участь у міждержавних переговорах, здійснюють збір та обробку статистичних даних на основі анкет, опитувань і вивчення поведінки туристів, як власними силами, так і за допомогою спеціалізованих фірм [61]. Більшість зазначених туристичних організацій займається регулюванням і контролем підприємств туристичної індустрії, зокрема: розробленням і регулюванням діяльності готельного бізнесу, контролем цін, класифікацією, видачею ліцензій та дозволів на будівництво, модернізацію і розширення об’єктів, розробленням правил і регулюванням діяльності турагенств і туроператорів, питаннями законодавства, здійсненням контролю за його виконанням, видачею ліцензій на відкриття туристичних організацій, їх класифікацією.

Майже 70 % національних туристичних організацій займаються питаннями, пов’язаними з виконанням рішень різноманітних міжнародних форумів щодо скасування чи послаблення прикордонних формальностей для туристів. У 60 країнах вони беруть участь у підготовці кадрів як шляхом організації семінарів, навчальних курсів, так і за допомогою створення шкіл по готельному господарству, туризму. В 67 державах національні туристичні організації беруть участь у заходах, спрямованих на збереження, захист і використання власних туристичних ресурсів і проводять їх оцінювання.

Особливо виділяється участь у кампаніях із захисту природи, створення національних парків і заповідників. Обсяг прав і повноважень національних органів по туризму не є однорідним у різних державах і варіює залежно від рівня розвитку в них туризму. В одних країнах це спеціалізовані міністерства по туризму (Італія, Сирія, Пакистан) чи управління по туризму, що за своїм статусом прирівнюються до міністерств, а в інших – питаннями туризму відає департамент визначеного урядом одного з галузевих міністерств (Австрія), в деяких країнах – це неурядові комерційні організації, в основному національна асоціація туристичних агентств (Норвегія). Компетенція, завдання і функції національних органів та рівень урядового контролю за ними з боку держави також відрізняються [62]. Майже у всіх країнах світу держава бере активну участь у фінансуванні і розвитку туристичної інфраструктури. Це втручання проявляється у виплаті дотацій туристичній індустрії, участі в експлуатації, підтримці малорентабельних підприємств.

Держава покриває витрати на негативні явища, що можуть виявитися не одразу. До них належать погіршення екологічного середовища, стану пам’яток історичного та культурного минулого, антисоціальні явища тощо. Несуть державні органи та місцева влада і частину витрат на організацію соціального туризму, тобто туристичних поїздок для малозабезпечених соціальних верств населення. Найбільшого поширення набули такі види підтримки організації поїздок у період відпусток, як виділення спеціальних фінансових ресурсів і надання щорічних пільг чи знижок на тури та компенсація тур індустрії за розміщення за пільговими тарифами. Як правило, в субсидуванні соціального туризму беруть участь, поряд з державними органами, профспілки та громадські організації. Нерідко державні витрати здійснюються шляхом прямої участі державних органів в експлуатації туристичних об’єктів і підприємств – готельних чи транспортних компаній: авіаційних, залізничних і морських, що потребують субсидій і дотацій [63]. Світовий досвід доводить, що оптимальної формули, яка б створила ідеальну систему державного регулювання розвитку індустрії туризму, не існує, але послідовна, продумана та цілеспрямована політика держави у вибраному напрямі у тісній співпраці з саморегулюючими організаціями в туризмі приводить до значних успіхів. Виходячи з сучасного стану розвитку країни, вважаємо, що найбільш прийнятними є дві моделі. Перша – це "європейська" (змішана) модель державного регулювання туризму, що найбільше поширена у європейських країнах (Швейцарія, Германія, Данія, Фінляндія, Австрія, Франція, Монако, Португалія, Сербія, Македонія, Словаччина, Словенія, Латвія, Литва). Україна вже зробила крок до європеїзації туристичної сфери, необхідно продовжити цілеспрямований та чіткий рух у вибраному напрямі.

Так, створений у рамках Міністерства економічного розвитку та торгівлі України Відділ розвитку туризму повинен бути розширений та наділений відповідними повноваженнями, щоб формувати і реалізовувати стратегію розвитку туризму. Відповідно до "європейської" моделі, Відділ повинен мати два чітко поділених напрями роботи – "адміністративне" і "маркетингове". Перше має займатися питаннями глобального державного управління, проведенням наукових досліджень з залученням провідних фахівців, аналізом статистичної інформації, розвитком співробітництва на міжнародному рівні, координуванням діяльності регіонів. Маркетинговий напрям має розвивати в’їзний та внутрішній туризм, створюючи привабливий туристичний імідж країни, розробляти конкурентоспроможний туристичний продукт, рекламуючи його на туристичних ярмарках і виставках й створюючи мережі представництв за кордоном, розвивати багатомовні Інтернет портали. Друга модель (кейнсіанська), яка є більш жорсткою, але дієвою, це створення окремого Міністерства туризму. Керування таким великим туристичним потенціалом, що має Україна, має виконуватися централізовано, через окремий орган. Саме через потужні Міністерства туризму за короткий термін досягли успіху такі провідні країни у наданні туристичних послуг і гостинності як Туреччина, Туніс, Єгипет, Мальта, Хорватія [64].

Досвід європейських країн доводить, що без державних інвестицій розвиток туризму неможливий або вкрай утруднений [65]. У більшості країн світу державна туристична політика впроваджується безпосередньо через центральні органи виконавчої влади – національні туристичні організації, інші інститути, а також опосередковано за допомогою правових важелів, підтримки туристичної інфраструктури й міжнародної політики. Туристична політика має характерні риси загальної політики держави.

Разом з тим існують і деякі специфічні фактори, що впливають на її формування: природні умови країни, розвиненість транспортної індустрії, соціальні фактори (умови життя людей, система відпусток), фактори, пов’язані зі створенням економічної основи для розвитку туризму (стабільні валютно–фінансові, зовнішньоекономічні відносини), правові фактори, пов’язані із створенням і функціонуванням туристичного законодавства [66]. При цьому успіх розвитку туризму безпосередньо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця сфера національної економіки, наскільки вона користується державною підтримкою. Будь–яка цивілізована держава для того, що б отримувати від туристичної індустрії доходи до бюджету, має вкладати кошти в дослідження своїх територій для оцінки туристичного потенціалу, підготовки програм розвитку турбізнесу, необхідної інфраструктури курортних регіонів і туристичних об’єктів, а також до інформаційного забезпечення [65]. З огляду на польський досвід, перш за все, потрібно змінити структуру галузі за рахунок розвитку висококатегорійних готелів у складі мережі і малих готелів сімейного типу. Зростання продуктивності праці стало б результатом завантаження готелів до 55–60 % і вдосконалення організації праці. Поліпшення показників по цим двом позиціям дозволить підвищити продуктивність праці з 16 до 50 % середнього рівня провідних готелів світу [67].

У світі виникають й успішно функціонують нові типи музеїв: культурні центри, в яких культурно–просвітницька діяльність ведеться за допомогою творів мистецтва, книг, кіно, театру, аудіовізуальних програм, екскурсій та лекцій. Відвідувачі центрів можуть не лише ознайомитись з основною експозицією та тематичними виставками, але й мати у своєму розпорядженні книги, фільми, слайди, електронні видання та інші джерела, які допомагають знайти відповіді на різноманітні питання. До нових типів музеїв відносяться інтерактивні дитячі музеї з бібліотеками, лабораторіями, кінотеатрами, різноманітними колекціями, у яких відвідувачі є не лише спостерігачами, але й активними дослідниками, а також еко–музеї, присвячені людині та її природному й культурному оточенню. В Україні таких музеїв поки що немає [62]. Огляд зарубіжних практик здійснення маркетингових досліджень у сфері туризму засвідчує про позитивні результати розробки й реалізації маркетингових стратегій розвитку туризму багатьох держав світу, серед яких і країни ЄС.

Зарубіжний досвід розробки й реалізації маркетингових стратегій розвитку туризму на рівні держав і їх туристичних регіонів доводить про важливість й необхідність активізації маркетингової діяльності у сфері туризму в кризовий та посткризовий періоди, необхідність диверсифікації туристичного продукту, розробки нових туристичних дестинацій з метою залучення туристів і підтримки економіки [62]. Туристична політика ЄС спрямована на координацію розвитку туристичних політик держав – членів ЄС, в т.ч. на захист туристів та їх вільного переміщення (спрощення поліцейського та митного контролю на кордонах; підвищення безпеки туристів і захист від недоброякісної реклами; гармонізація страхування туристів та їх автотранспорту; інформування туристів про їхні соціальні права); гармонізацію правил діяльності у сфері туризму (гармонізація податкової політики; взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки; розмежування в часі відпусток для зняття навантаження на туристичну індустрію в сезони "пік"); регіональний розвиток туризму (його поширення в регіони, які мають потенціал, але в яких через певні причини туризм перебуває на низькому рівні розвитку). Одним з основних завдань розвитку туристичної політики ЄС на сучасному етапі є зміцнення конкурентоспроможності європейського туристичного ринку та вирішення проблеми зайнятості. Пріоритетними напрямами розвитку туристичної політики ЄС стали захист прав туристів, задоволення потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями; сприяння високоякісній освіті та професійному навчанню працівників сфери туризму; надання інформаційної та фінансової підтримки туристичним підприємствам, особливо малому й середньому бізнесу; інформаційне забезпечення сфери туризму та використання новітніх технологій[59].

До найбільш вагомих чинників, які формують процес розвитку туристичних регіонів Польщі, віднесені: зовнішнє оточення, господарська (економічна) ситуація, розвиток функціональних інститутів держави, формування політичної системи, наявність політичної культури. Встановлено, що якщо зовнішня небезпека в різних країнах переважно погіршує перспективи економічного розвитку, зокрема у сфері торгівлі, зарубіжних інвестицій, то в польських умовах спостерігається зворотна тенденція: зовнішня загроза обумовлює в суспільстві високий рівень консолідації [60]. Згідно з французькою практикою функціонування системи відпускних чеків, можна виділити такі її основні особливості:

– відпускні чеки використовуються як платіжний засіб транспортних послуг, засобів розміщення, харчування, розваги людей, що вирушають у подорож на відпочинок тільки на території Франції;

– перевагою для роботодавця в придбанні відпускних чеків є те, що він звільняється від податку;

– внесок роботодавця звільняється від податків у фонд заробітної плати; працівник може придбати відпускні чеки тільки при щомісячному перерахуванні від 4 до 20 % фонду оплати праці;

– термін придатності відпускних чеків – 2 роки;

– чеки, які після закінчення цього періоду не були подані до відшкодування їх вартості підприємствами турбізнесу, стають недійсними і використовуються агентством для соціальної допомоги галузі туризму для малозабезпечених категорій громадян у формі виплат на відпочинок; для емісії відпускних чеків створено Національне агентство відпускних чеків [66].

У 1967 р. урядом Франції був прийнятий план спільного розвитку сільської місцевості і туризму в Аквітанії. Фінансування плану здійснювалося приватним сектором, а координація розвитку покладалася на урядову комісію.

Згідно з цим планом прибережний район розділявся на 16 секторів, з яких дев’ять повинні були розвиватися для туризму, тобто обладналися пляжі, зони відпочинку на озерах і місця розміщення для водних видів спорту. В останніх семи секторах, так званих зелених зонах, передбачалося зберегти ландшафт і дику природу. По цьому плану передбачалося: збереження вже існуючих курортів, таких як Аркашон і Біаріц, оновлення й розширення існуючих поселень (наприклад, Лакано), і, нарешті, побудова нових курортів (наприклад, Молієц). Планування і будівництво нових засобів розміщення вироблялися з метою задоволення потреб внутрішнього туризму країни. За конкурентних умов, що склалися на міжнародному ринку, перед Францією постало завдання завоювати нові категорії туристів, у т.ч. транзитних туристів які слідують до Іспанії, Португалії, Італії через територію Франції.

У програмах розвитку туристичного напряму Франції опиняється потужна державна підтримка і відбувається сприяння органів державної влади в просуванні національного туристичного продукту за кордоном. Для досягнення цих цілей вже були зроблені заходи: визначені туристські ринки, на які країна планує орієнтуватися, розробляються і застосовуються заходи їх освоєння, а також значно розширився асортимент пропонованих туристичних послуг. Так, до відповідних регіонів належать: Південна Америка, Центрально–східна Європа і Росія, Азія (Китай, Індія, країни Південно–східної Азії) Ближній Схід, ПАР, до продуктів – діловий туризм, природо–орієнтований туризм, культурно–пізнавальний туризм, спеціальні види туризму [56]. Ключові інструменти державної підтримки соціального туризму Франції, зокрема такі, як розробка національної програми "Туризм для інвалідів", а також відповідних нормативних актів, спрямованих на підтримку і регулювання сфери туристичних послуг для людей з обмеженими фізичними можливостями; затвердження національного стандарту якості туристичного продукту для сімейного відпочинку як найбільш поширеного в країні; контроль цін на окремі туристичні продукти; введення системи відпускних чеків, введення та підтримка системи "культурних карток"; створення спеціальної туристичної інфраструктури для молоді. Французький досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку туризму можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур.

Для зміни ситуації на краще необхідним є вдосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн з розвиненою сферою туризму, зокрема Франції, формування нових соціально–економічних підходів до стратегії розвитку національного туристичного комплексу й системи управління туристичними процесами як на державному, так і на регіональному рівнях [69].

Ураховуючи досвід державної підтримки розвитку соціального туризму радянських часів і зарубіжний, зокрема досвід Франції, Росії, Німеччини, визначено найбільш дієві механізми соціалізації туристичної галузі України:

– забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених і багатодітних громадян та їх родин, у т.ч. через розвиток спеціалізованої туристичної інфраструктури для відпочинку людей з обмеженими фізичними можливостями, побудова пансіонатів і санаторіїв для сімейного відпочинку, розвиток недорогих видів відпочинку: турів вихідного дня, екскурсій, сільського зеленого туризму, агротуризму тощо;

– створення дієвих дисконтних систем для молоді та студентів, впровадження системи "культурних карток", підтримка міжнародних дисконтних карток і студентських посвідчень, формування системи пільг для іноземних студентів і молоді, що прибули до України з метою навчання, подорожей чи за програмою культурного обміну (наприклад, введення диференційованих тарифів на транспортні послуги для іноземних студентів, знижки на розміщення, харчування, страхування, туристичні послуги);

– підтримка культурного обміну між молоддю та дітьми різних країн, зокрема через створення літніх міжнародних таборів, центрів екологічного туризму (волонтерських таборів), літніх університетів і мовних шкіл в туристично привабливих регіонах України, проведення міжнародних конкурсів, олімпіад, фестивалів;

– розробка, впровадження та популяризація системи відпускних чеків для працівників комерційних структур, які потребують додаткового захисту, на зразок профспілкових туристичних путівок для працівників бюджетних установ;

– сприяння розвитку спеціалізованої інфраструктури й супутніх послуг, розрахованих на потреби молодіжного туризму та культурного обміну (кемпінги, інформаційні служби, довідкова література, табори, хостели тощо).Пріоритетним напрямом може стати розбудова системи недорогих готелів – хостелів у туристичних центрах України;

– законодавчі – розробка та прийняття комплексної державної Програми розвитку соціального туризму в Україні, розрахованої на 10 років, основними етапами якої мають стати: прийняття Законів України "Про соціальний туризм", "Про молодіжний та дитячий туризм", Концепції розвитку спеціалізованої туристичної інфраструктури (для інвалідів, родинного відпочинку, студентів тощо);

– створення умов для сезонного працевлаштування молоді в туристичній галузі (сезонні біржі праці, сприяння залученню молоді до сезонних робіт та їх оплата тощо), системи пільгового кредитування для студентів і молоді з метою участі в туристичних та обмінних програмах (пільговий відсоток на кредит, невелика застава тощо);

– залучення до розвитку соціального туризму органів місцевого самоврядування і впровадження механізмів стимулювання підприємців щодо розвитку соціального туризму (наприклад, наданням певних податкових пільг, преференцій) [64].

Світові тенденції розвитку рекреації спрямовані на створення умов кожному громадянину країни використовувати свої здібності у створенні суспільного продукту через постійне заохочення власників і керівників підприємств та їх працівників до вдосконалення своїх фізичних, психічних, духовних, інтелектуальних якостей. У регулюванні рекреаційної діяльності громадян наявний не тільки мотиваційний аспект, а й примусові заходи. Наприклад, введення власниками та керівниками підприємств обов’язкового тестування рівня здоров’я громадян перед прийняттям на роботу з метою його підвищення шляхом залучення до участі в оздоровчих заходах підприємства, видача премій працівникам, які систематично займаються в рекреаційних закладах підприємства, виплати державою премій керівникам підприємств за краще створення умов для рекреаційної діяльності працівників (США); створення в штаті підприємств таких посад, як: інструктор–методист з фізкультурно–оздоровчої роботи, фахівець з харчування, тренер, психолог, діяльність яких спрямована на профілактику захворювань і стресів, перелічені спеціалісти розробляють рекреаційні програми, що затверджуються керівниками підприємств і передбачають їх здійснення всіма працівниками (Японія). Щодо фінансових аспектів, то в багатьох країнах рекреаційна сфера отримує значну фінансову підтримку за рахунок волонтерів, які надають рекреаційні послуги протягом одного–двох років в обмін на рекомендації щодо працевлаштування та кар’єри (США та країни Європи). Доцільним є надання субсидій населенню на сплату рекреаційних послуг і впровадження системи пільг у сплаті податків фізичним особам у разі використання ними визначеної суми на рекреаційні послуги (Канада). Щодо організаційного регулювання, то варте уваги оцінювання якості роботи суб’єктів, які створюють умови для рекреації, за бальною системою, що не дає змоги нераціонально використовувати кошти застрахованих осіб і страхових фондів (Німеччина)[67].

Узагальнення зарубіжного досвіду управління міжнародною туристичною діяльністю дозволяє визначити основні напрями регулятивного впливу органів державного управління на підтримку розвитку міжнародного туризму відповідно до засад сталого поступу суспільства, серед яких законодавче забезпечення, фінансова підтримка (створення системи різноманітних податкових пільг, субсидій, дотацій), інфраструктурна, кадрова, адміністративна, інформаційна підтримка, забезпечення безпечного розвитку туризму (стимулювання зацікавленості у збереженні та відновленні історико–культурної спадщини та екологічного стану рекреаційних територій) [62]. Передові практики державної підтримки розвитку індустрії туризму, імплементація яких вбачається корисною для України:

– удосконалення законодавчої та нормативно–правової бази з питань діяльності курортів, курортних районів і курортно–туристичних регіонів; – розширення асортименту і кількості курортно–туристичної продукції;

– активне впровадження методів менеджменту і маркетингу на курортах;

– створення союзу польських курортів;

– організацію рекламної кампанії курортно–туристичних регіонів [53];

– забезпечення сталих темпів розвитку національної економіки й реальних доходів населення у поєднанні з контрольованою інфляцією та зміною курсу валют;

– проведення потужної рекламної кампанії щодо популяризація країни як туристично привабливої території;

– поширення програм (у т.ч. щодо харчування) "усе включене";

– активізація розвитку туристичного кластера, що передбачає інтеграцію представників туристичної індустрії, науки, освіти, органів державного управління, органів місцевого самоврядування та громадських організацій;

– розширення асортименту туристичних послуг і вдосконалення національного стандарту їхньої якості, відповідно до запитів сучасного ринку;

– надання пільгових кредитів для молоді, які є учасниками програм з освітнього й культурного туризму, а також податкових пільг суб’єктам господарювання, які інвестують у збереження та відновлення історико–культурної спадщини та екологічного стану рекреаційних територій;

– проголошення політики "відкритих дверей", за якої скасовуються в’їзні візи для туристів з ряду країн;

– організаційна підтримка розвитку об’єктів індустрії туризму на депресивних (у т.ч. промислових) територіях;

– спрощення процедури землевідведення для нових курортів та їхнього підключення до комунікацій;

– підтримання сприятливої криміногенної ситуації, а також порівняно низьких витрат туристів на трансферти, харчування, проживання; сприяння залученню приватних інвестицій і бюджетне фінансування розвитку транспортної та соціальної інфраструктури (у т.ч. з урахуванням потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями);

– створення літніх міжнародних таборів, центрів екологічного туризму (волонтерських таборів), літніх університетів і мовних шкіл, проведення міжнародних конкурсів, олімпіад, фестивалів тощо [60].

Отож, передовий світовий досвід переконливо засвідчує, що державна підтримка розвитку вітчизняної індустрії туризму здійснюється за такими напрямами: забезпечення сталих темпів розвитку національної економіки; регулювання діяльності суб’єктів господарювання, які надають туристичні чи споріднені послуги, а також виробляють товари для туристичної індустрії; сприяння підвищенню реальних доходів населення як споживачів туристичних послуг.

## 3.3. Перспективи розвитку сфери послуг та туризму в Україні

Перспективним напрямом розвитку міжнародного туристичного співробітництва на найближче десятиріччя є активне створення в Україні різноманітних недержавних громадських туристичних організацій, їх входження у світові об’єднання, міжнародні організації та асоціації різного спрямування. Результатом має стати розширення обріїв, запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг, розвиток рекламної діяльності та бізнесових партнерських стосунків [69]. До перспективних напрямів державного регулювання розвитку туристичної індустрії належить розвитку оздоровчих і лікувально–профілактичних закладів, упровадженню нових наукоємних технологій рекреації, лікування, реабілітації, сервісу, екологічним і санітарно–епідеміологічним дослідженням, професійному навчанню персоналу та підвищенню ефективності управління рекреаційною індустрією в регіоні [70].

Причорноморський ресурсно–рекреаційний район (АР Крим, Миколаївська, Одеська, Херсонська області). Зважаючи на приморське розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзний морський туризм, яхтинг, інтенсифікаціія використання "актуальної смуги" – її забудова закладами розміщення, а наявність гірських, передгірських (Крим) і річкових (Нижній Дніпро, Південний Буг, Нижній Дунай) ландшафтів сприятиме розширенню мережі маршрутів еко туризму. Завдяки наявності ряду унікальних спелеоб’єктів і значній загартованості території (її площа становить 41 тис. км2 ) розвиватиметься спелеотуризм.

Карпатсько–Подільський ресурсно–рекреаційний район (Вінницька, Закарпатська, Івано–Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька). Враховуючи гірське та передгірське розташування, особливості гідрографічної мережі району, наявність спелеоб’єктів світового значення (печера Оптимістична) та значну закарстованість території (її площа становить 27,4 тис. км2 ), подальшого розвитку набуватимуть пішохідний, спелеотуризм і водні види туризму у літній сезон та гірськолижний – у зимовий, інтенсифікаціія використання орографічних рекреаційних ресурсів (спорудження підйомників, бугельних трас, закладів розміщення).

Полісько–Столичний ресурсно–рекреаційний район (Волинська, Житомирська, Київська, Полтавська, Рівненська, Черкаська, Чернігівська області). Зважаючи на прирічкове розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзи по Дніпру, яхтинг, водний туризм, реконструкція закладів розміщення та інтенсифікація берегової забудови.

Придніпровсько–Донецький ресурсно–рекреаційний район (Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Кіровоградська, Луганська області). Зважаючи на приморське та прирічкове розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзне освоєння Дніпровського "рекреаційного коридору", яхтинг, реконструкція та інтенсифікація берегової забудови (особливо це стосується приморських курортів).

Харківський ресурсно–рекреаційний район (Харківська, Сумська області). Враховуючи незначне забезпечення району рекреаційно–туристськими ресурсами, прогнозується розвиток оздоровчої рекреації на берегах водосховищ Харківської обл., а також помітна міграція рекреантів в інші, більш привабливі в ресурсно–туристському відношенні, райони [17].

Для більш ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі та прискорення впровадження кулінарних турів в Україні доцільними вважаємо такі напрями: проведення тематичних кулінарних фестивалів і конкурсів (свято врожаю, пива, медовухи, молодого вина, фруктові та овочеві фестивалі тощо) з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв; використання кулінарних традицій у концепціях (тематиці, стилі, дизайні, формах і методах обслуговування) закладів ресторанного господарства; формування національних брендів швидкого харчування, розробка мікрокластерів кулінарного туризму, які включають заклади туризму, культури та ресторанного господарства (тематичні парки, музеї, палаци, рекреаційні зони, об’єкти сільського туризму) [71].

Щоб підвищити рівень інноваційної діяльності в музейній сфері, необхідно: сприяти прискоренню модернізації туристичної сфери; розробити механізми оптимізації фінансування передусім музеїв і пам’яткоохоронної сфери; сформувати в Україні інститут благодійництва, активно залучаючи для цього кошти меценатів і спонсорів [72]; заснувати культурні центри шляхом інтеграції ресурсів і зусиль великих музеїв, кінотеатрів, бібліотек; комплексно покращити інфраструктуру виставкових центрів; створити тематичні парки на базі парків відпочинку, що є у кожному обласному центрі, використовуючи оригінальні національні ідеї; відкрити еко музеї на базі музеїв під відкритим небом, агросадиб, осель у покинутих чи вимираючих селах; створити інтерактивні дитячі музеї; урізноманітнити послуги, що надаються музеями (відкриття кафе при літературно–меморіальних, історико–етнографічних і краєзнавчих музеях з урахуванням тематичного напрямку, особливостей місцевої кухні або улюблених страв осіб, пам’яті яких присвячено музей; організація театралізованих дійств, які відображають давні події або обряди та звичаї, у палацово–паркових комплексах і музеях) [74].

Пропонується рекреаційну політику спрямовувати, в першу чергу, на: забезпечення екологічної безпеки рекреаційного освоєння території; зонування рекреаційних територій з виділенням освоєних, перспективних і резервних територій; соціальну необхідність (тобто відповідність наявної бази рекреаційної сфери реальним потребам в оздоровленні, її здатність задовольняти попит населення на рекреаційні послуги в регіоні); економічну доцільність (прибутковість діяльності об’єктів рекреаційної галузі й соціально–економічну вигоду для території); розвиток екологічно чистих видів рекреаційного господарювання й залучення широких верств населення до рекреаційного підприємництва. [73].

До пріоритетних напрямів державного регулювання розвитку вітчизняної індустрії туризму належать наступні:

– забезпечення "внутрішньої конвертованості" послуг туризму шляхом підвищення їх якості та розширення асортименту, поліпшення сервісних умов обслуговування;

– організація виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для задоволення потреб відпочивальників у високоякісних продуктах харчування;

– концентрація коштів і ресурсів на об’єктах інфраструктури;

– створення відповідного сервісу обслуговування й надання послуг туризму, що користуються попитом на міжнародному ринку;

– активне залучення приватного сектора (особливо в гірській місцевості) до туристського бізнесу;

– налагодження потужної реклами, випуск високоякісного інформаційно–довідкового матеріалу [94];

 – удосконалення правових засад регулювання відносин у сфері туризму; – забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

– розвиток в’їзного та внутрішнього туризму, сільського (зеленого), екологічного туризму;

– розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристському ринку;

– спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

– забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб;

– збереження, відновлення та раціональне використання рекреаційно–туристських ресурсів України, які є чинником реалізації цих напрямів, покликані регіональні та інші програми розвитку туризму та рекреації [70];

– сприяння у просуванні турпродукту на внутрішній та світовий ринок;

– забезпечення безпеки, захисту прав та інтересів туристів;

– встановлення правил в’їзду, виїзду та пересування на території України з урахуванням розвитку туризму;

 – розвиток наукових досліджень у сфері туризму;

– створення інформаційної аналітичної бази в туризмі;

– забезпечення професійних кадрів для туристичної діяльності;

– сприяння участі в міжнародних туристичних програмах;

– модернізація діючих туристичних об’єктів і курортно–рекреаційних закладів, створення та функціонування високорентабельних туристичних і курортно–рекреаційних підприємств на базі впровадження сучасних технологій світового туризму, збільшення кількості готелів і створення лікувальних центрів, які надаватимуть платні послуги;

– стимулювання розвитку перспективних тематичних напрямів туризму; – освоєння нових рекреаційно–курортних зон і територій, які мають туристичний потенціал, та розробка нових екскурсійних маршрутів з урахуванням історико–культурних цінностей регіону;

– підвищення якості та асортименту туристичних послуг, нарощування обсягів надання туристичних та оздоровчих послуг за рахунок розширення в’їзного та внутрішнього туризму;

– створення високоякісної рекламної кампанії регіонального туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках, підготовка необхідної інформації про рекреаційно–туристичний потенціал регіону [60];

– формування конкурентоспроможного національного турпродукту через забезпечення високої якості складових туристичного продукту;

– розвиток туристичної інфраструктури;

– гармонізація розвитку туризму на певних територіях зі стилем життя, традиціями та культурою місцевого населення з метою збереження його автентичності;

– інтеграція регіональних туристичних пропозицій та продуктів; – удосконалення системи управління туристичним простором;

– розвиток підприємництва та діяльності суб’єктів індустрії туризму; – розроблення схеми та генерального плану розвитку туристичних територій України; – покращання туристичної доступності регіонів;

– розробка й впровадження прогресивних методів і стандартів туристичного обслуговування; – розвиток малого та середнього підприємництва в сфері туризму;

– підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об’єктів культурної спадщини;

– зміцнення матеріально–технічної бази туризму;

– вдосконалення інформаційного та рекламного забезпечення туризму;

– поліпшення кадрового забезпечення в сфері туризму;

– розвиток виставково–ярмаркової діяльності в сфері туризму;

– широкомасштабне проведення рекламно–інформаційної кампанії в ЗМІ;

– організація презентацій туристичних можливостей України за кордоном;

– формування сучасної статистики туризму, що відповідає міжнародним вимогам і враховує мультиплікативний ефект розвитку даної сфери;

– створення мережі інформаційних центрів для іноземних туристів всередині країни [50];

– визначення пріоритетні види вітчизняного туризму з урахуванням існуючих ресурсів і традицій народу та спрямувати фінансові потоки на їх розвиток;

– проведення диверсифікації асортименту туристичних послуг і підвищити якість обслуговування туристів [73];

– полегшення доступу туристичних підприємств до кредитних ресурсів;

– посилення взаємодії органів державної влади з громадськими організаціями в сфері туризму;

– підвищення рівня зайнятості місцевих жителів шляхом створення нових робочих місць на підприємствах туристичного бізнесу;

– зменшення бар’єрів входу суб’єктів туристичної діяльності до туристичної сфери;

– посилення системи примусу дотримання державних екологічних стандартів [70];

– здійснення науково обґрунтованого туристичного районування території України;

– створення єдиної системи маркетингу в індустрії туризму;

– формування інформаційного простору сфери туризму;

– поглиблення міжнародного співробітництва [71];

– проведення структурної перебудови економіки на базі енерго ресурсозберігаючих технологій. Основним пріоритетом має стати першочергове задоволення потреб курортно–рекреаційної сфери, збереження і відтворення територій, що зазнали негативних змін у результаті господарської діяльності, зі специфічними природними умовами (створення нових заповідних територій, заповідників, розширення лісів, водоохоронних зон тощо);

– збереження ресурсів природного заповідного фонду як території, що потребує особливого захисту;

– перехід до практичних заходів щодо створення природних національних парків, збереження лісів, гір, рік, урочищ;

– формування системи державного управління сферою рекреаційного обслуговування з метою координування дій власників її складових і розробити нормативно–правову базу для інтегрування складових сфери рекреаційного обслуговування в єдине ціле стосовно створення туристських послуг;

– формування оптимальної територіальної структури природних й господарсько–економічних систем (рекреаційних, виробничих, транспортних, сільськогосподарських, заповідних тощо);

– забезпечення розвитку тільки адаптовані до природи ресурсозберігаючі технології сільськогосподарського виробництва, орієнтовані на найбільш повне використання унікального природного і біокліматичного потенціалу;

– забезпечення відповідності ціноутворення на рекреаційно–туристичні послуги рівню оплати праці широких верств працюючого населення України з метою їх споживання й підтримки здоров’я цього населення на потрібному рівні; – конкретизація вимог до створення туристичного продукту світового рівня для забезпечення конкуренції на ринку рекреаційно–туристичних послуг і відмови від пропонування радянських форм відпочинку за високу ціну;

– розширення обсягів і видів послуг, які надаються установами цієї сфери;

– установлення юридичним шляхом норм співвідношення централізації і децентралізації в управлінні сферою рекреаційного обслуговування органам державного управління;

– модернізація матеріальної бази сфери рекреаційного обслуговування;

– створення власної індустрії відпочинку, що включає виробництво устаткування та технічних засобів, сувенірну промисловість;

– організації виробництва ефективних медичних препаратів із використанням місцевої рослинної та мінеральної сировини;

– конверсії підприємств військово–промислового комплексу, металургійної та хімічної промисловості, важкого машинобудування;

– оптимізації будівельної індустрії та мінерально–сировинного комплексу;

– створення сучасної транспортної індустрії, підпорядкування єдиній меті діяльності всіх видів транспорту;

– забезпечення якісного середовища на курортах й санітарно–гігієнічних умов на рівні міжнародних стандартів [74];

– створення нових туристичних продуктів (туристичної пропозиції) різнопланового тематичного характеру: сільський, зелений, інформаційно–навчальний, ностальгічний туризм та агротуризм; розбудова готельного господарства (розвитку мережі готелів різного рівня комфортності;

– впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування в готельних закладах;

– ремонт та облаштування автошляхів;

– проведення робіт з реконструкції, переобладнання та оновлення існуючого готельного фонду області;

– розвиток і вдосконалення туристичної транспортної інфраструктури (розробка генеральної схеми транспортного забезпечення туристичних маршрутів і об’єктів в ув’язці з міжнародною транспортною мережею;

– розбудова міжнародних транспортних коридорів і пунктів перетину державного кордону;

– покращання кадрового забезпечення рекреації і туризму (підготовка кваліфікованих кадрів для рекреаційно–туристичного комплексу);

– активізації маркетингової діяльності, рекламного та інформаційного забезпечення (проведення рекламних і РR–кампаній у вітчизняній і зарубіжній пресі, на радіо і телебаченні з метою формування позитивного іміджу туристичного регіону; підготовка, друк і розповсюдження серії рекламно–інформаційних довідників і путівників; створення туристичних сайтів і порталів в мережі Інтернет);

– забезпечення юридичного захисту місцевих фірм проти численних перевірок, контролю з боку адміністративних установ; розробка ефективної процедури обслуговування на митниці з метою скорочення черг;

– попередження практики "ускладнення відносин" з податковими органами для місцевих туристичних підприємств (забезпечення "незалежності" суб’єкта туристичної діяльності) [70].

Реалізація вказаних заходів дасть змогу посилити темпи розвитку індустрії туризму, проводити активну загальнодержавну політику в цій важливій складовій національної економіки, забезпечити дієву координацію заходів центральних і 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.

## Висновки до 3 розділу

Розглянувши приклади країн, що мають позитивний досвід у залученні інвестицій в туристичний сектор, можна виділити деякі рекомендації для України: податкові канікули; зниження ПДВ; надання кредитів на будівництво готелів та туристичних об’єктів під невеликий процент; потенційних інвесторів на певний період звільняти від податків на землю; доцільно розробити «Стратегію просування національного туристичного продукту за кордоном»; забезпечити розвиток туристичної інфраструктури (електроенергія, зв’язок, воду, якісні дороги та ін.); створення сприятливої нормативно–правової бази для приваблення на туристично–рекреаційний ринок всесвітньовідомих готельних мереж; надання можливості пільгового або безкоштовного відпочинку інвесторам; розвиток сільського зеленого туризму, який є одним із пріоритетних напрямків туристичної діяльності.

Використовуючи світовий досвід залучення інвестицій в туристичний сектор, необхідно враховувати, що позитивні тенденції в розвитку даного сектору будуть вирішені при належній державній підтримці та наявності механізмів комплексного підходу до управління національним туристичним продуктом на внутрішньому і міжнародному ринках туристичних послуг

## ВИСНОВКИ

За результатами дослідження встановлено, що сфера послуг є перспективною сферою соціально–економічного розвитку країни. Необхідними умовами, що сприятимуть нормальному функціонуванню та розвитку ринку послуг, є нормативно–правове забезпечення розвитку даної сфери, сприяння інноваційному інвестуванню, ефективне промислове виробництво. Що, у свою чергу, сприятиме становленню України як стабільної, розвиненої та квітучої держави.

Отже, можна зробити висновок, що внаслідок економічної кризи в Україні найбільше потерпають такі сфери послуг, як пральні та хімчистки, ремонтні майстерні, трохи краще становище має ресторанний ринок, ринок салонів краси й ринок корпоративного страхування, зберігають стабільність із найменшими втратами ринок телефонії, готельний ринок, ринок реклами та маркетингових послуг, а в стані процвітання перебуває ринок послуг автозаправок. Щодо перспективи розвитку сфери послуг України, то і закономірним є її залежність від своєчасного подолання загальноекономічної кризи.

Також розвиток сфери послуг в Україні потребує залучення додаткових інвестицій, у т. ч. іноземних. Залучення іноземного капіталу забезпечить не тільки надходження необхідних фінансових ресурсів, а й передових, технічно ефективних методів реалізації послуг, що сприятиме підвищенню їх якості, доступності, культури обслуговування та, у підсумку – підвищить конкурентоспроможність вітчизняних виробників послуг і значно зміцнить позиції̈ України в міжнародному обміні послугами.

Таким чином, ефективне функціонування сервісного підприємства можливо тільки при ефективній організації мотиваційної структури, що характеризує співвідношення мотивів, які визначають поведінку людину. Це співвідношення формується під впливом генетичних факторів і факторів навколишнього середовища. При цьому характерно, що для успішної діяльності сервісного підприємства важлива мотивація не тільки власних працівників, але й споживачів його послуг.

Створення ефективних підприємницьких структур у сфері сервісу в умовах ринкової економіки припускає наявність розвитому системи бізнес–комунікацій, що відбивають взаємодію суб'єктів маркетингової системи в процесі сервісного підприємництва. Структура бізнес комунікацій є найважливішим аспектом функціонування підприємства як соціально–економічної системи. Більше того, з розвитком нових інформаційних технологій (національних і міжнародних, комп'ютерних мереж даних, експертних систем, інтегрованих систем обробки інформації, електронних офісів) бізнес–комунікації стають більш оперативні, дозволяючи здійснювати організацію інтеграції сервісного бізнесу в міжнародному масштабі.

Туризм є інвестиційно привабливим видом економічної діяльності, що може зайняти одне з провідних місць в економіці України. Оцінивши світовий досвід у цій галузі, можна сказати, що в Україні достатньо можливостей для розвитку туристичної сфери. Розглянувши питання, пов’язане з інвестиційним кліматом, який склався в країні, варто говорити про необхідність розроблення правильної та ефективної інвестиційної політики на рівні держави, яка буде спрямована на поліпшення умов та факторів, що впливають на динаміку інвестицій в економіку, зокрема в туристичну індустрію. Частка від туристичної діяльності в загальній структурі ВВП України не перевищує 2,3%, тоді як у західній практиці ця межа становить 25–40%. Туристична галузь здатна приносити чималий прибуток. З іншого боку, вона потребує значних капіталовкладень, про що свідчать структура та динаміка капітальних інвестицій. Частка капітальних інвестицій у туристичну діяльність становить лише 1,3%, хоча й прослідковується позитивна динаміка залучення інвестицій як у туризм, так і в економіку країни загалом.

Дослідження дає підстави зробити висновок про те, що обсяги залучених фінансових ресурсів у сферу надання туристично рекреаційних послуг нині є недостатніми. За даними Державної служби статистики, прослідковується позитивна тенденція туристичних потоків протягом аналізованого періоду, хоча кількість колективних засобів розміщення туристів в Україні зменшується. Визначивши проблеми та переваги від розвитку туризму в Україні, можна сказати, що розвиток туристичної індустрії в країні протягом досліджуваного періоду можна охарактеризувати у цілому як позитивний, що має значні перспективи. Проте на рівні держави варто розробити збалансовану інвестиційну політику у цій сфері, яка буде спрямована на національні інтереси держави та на її інноваційний розвиток, що призведе до підвищення конкурентоспроможності України.

Розглянувши приклади країн, що мають позитивний досвід у залученні інвестицій в туристичний сектор, можна виділити деякі рекомендації для України: податкові канікули; зниження ПДВ; надання кредитів на будівництво готелів та туристичних об’єктів під невеликий процент; потенційних інвесторів на певний період звільняти від податків на землю; доцільно розробити «Стратегію просування національного туристичного продукту за кордоном»; забезпечити розвиток туристичної інфраструктури (електроенергія, зв’язок, воду, якісні дороги та ін.); створення сприятливої нормативно–правової бази для приваблення на туристично–рекреаційний ринок всесвітньовідомих готельних мереж; надання можливості пільгового або безкоштовного відпочинку інвесторам; розвиток сільського зеленого туризму, який є одним із пріоритетних напрямків туристичної діяльності.

Використовуючи світовий досвід залучення інвестицій в туристичний сектор, необхідно враховувати, що позитивні тенденції в розвитку даного сектору будуть вирішені при належній державній підтримці та наявності механізмів комплексного підходу до управління національним туристичним продуктом на внутрішньому і міжнародному ринках туристичних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коржилов Л. І. Формування основних напрямків державної підтримки розвитку туристичної галузі України: "Економіка та управління національним господарством". Харків: 2015. 227 с.

2. Корольчук Л. В. Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні Економічні науки. Серія "Облік і фінанси". 2012. Вип. 9. С. 127–133.

3. Костриця М. М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму: автореф. дис. к.е.н.: спец. 08.00.04 "Економіка та управління. Житомир,
2009. 20 с.

3. Кавецький І. Й., Остафійчук  Я. В. Місце та роль софтизації виробництва у процесах постіндустріальної трансформації продуктивних сил. Розвиток продуктивних сил України: від В. І. Вернадського до сьогодення : матеріали Міжнар. наук. конф., 20 берез. 2009 р. : у 3 ч. Київ: РВПС України НАН України, 2009. Ч. 2.  55–56 с.

4. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец 08.00.05 “Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка”. Львів, 2011. 40 с.

5. Дегтярьова В. А. Стратегічні пріоритети розвитку сфери послуг в процесі підвищення якості життя населення України: автореф. дис. на здобуття наук. ступені док. екон. наук: спец. 08.00.05. Суми 2010. 39 с.

6. Хвесик М. А., Бистряков І. К., Левковська Л. В., Пилипів В. В. Сталий розвиток: світоглядна ідеологія майбутнього : за ред. акад. НААН України М. А. Хвесика.  Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 465 с.

7. Куценко В. І.,Остафійчук Я. В., Ільїна М. В. Суспільна складова сталого розвитку Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України». ДУ ІЕПСР НАН України, 2012. 112 с.

8.Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці : дис. канд. екон. наук 08.00.05. Київ., 2002. 192 с.

9.Демідова Л.С. Сфера услуг в постіндустріальной економіке. *Світова економіка і міжнародні відносини*.1999. №2. С. 23–28.

10.Легорнев С. Ф. Що вважати послугою? Мелітополь: Знання, 1990. 64 с.

11. Мусатов Б. В. Товари та послуги населенню Б. В. Мусатов. М: Знання, 1986. 64 с.

12. World economic forum URL: https://www.weforum.org.

13. Борщ Л.М. Інвестування: теорія і практика Київ. : Знання, 2005. 470 с.

14. Захарчук С. Фінансово–економічні проблеми функціонування туристичної галузі *Економіка. Управління. Інновації.* 2010. № 1(3) URL: <http://www.mbuv.gov.ua>.

15. Державний комітет статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

16. Karpenko, O.V. (2016). "Mechanisms of formation and implementation of service–oriented state policy in Ukraine", Abstract of Dr.Sc. dissertation, Mechanisms of public administration, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv, Ukraine

17. Chernetska, S.A. (2012), "Modern tendencies of development of international tourism", *Kultura narodov Prychernomorya*. Vol. 232. pp.85–88.

18. Prikhodchenko, L.L. (2009), "Principles of public administration as a theory and an instrument for ensuring efficiency", Available at URL: http://stattionline.org.ua/pravo/28/1125–principi–derzhavnogo–upravlinnyayakteoriya–ta–instrument–zabezpechennyaefektivnosti.html :Accessed 12 May 2019.

19. B'iukenen, Dzh. (1997), "The Constitution of Economic Policy", available at URL: http://www.lukyanenko.at.ua/\_ld/1/114\_\_\_\_.pdf Accessed 12 May 2019.

20. Закон України від 18.11.2003 р. № 1282–ІV Офіційний вісник України. 2003. №50. Ст. 2600. 34 – 55 с.

21. Єсипчук Н. Взаємодія місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування як умова ефективного функціонування механізму державного управління. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2004. №4. С.326 – 331.

22. Ковальчук В.Г. Державне регулювання розвитку культури району Теорія та практика державного управління: Зб. наук. праць. Вип. 1 (16). Харків: регіонального ін–ту Нац. академії державного управління “Магістр”, 2007. 37 – 43 с.

23. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки: Навч. посібник. 2003. 262 с.

24. Дідківська Л.І., Головко Л.С. Державне регулювання економіки: Навч. Посібник 2003. 209 с.

25. Бережна І.В. Особливості стану рекреаційної галузі Криму в контексті ефективного використання рекреаційного потенціалу регіону Схід.: 2004, №4 – 28–33 с.

26. Близнюк А.М., Коніщева Н.Й., Рудь Д.В. Сталий розвиток туризму на природно–заповідних територіях Донецької області: проблеми і шляхи вирішення , Соціально–економічні дослідження в перехідний період. Львів: Ін–т регіональних досліджень НАН України, 2004. 230– 239 с.

27. Коніщева Н.Й. Шляхи розвитку природно–заповідних територій Донецької області в контексті концепції сталого розвитку Регіональна економіка. 2004. №4. 127–139 с.

28. Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития. Київ.: Либідь, 2002. – 256 с.

29. Губенко Н.Н., Писаревский Е.Л. Законодательство в сфере туризма. Состояние и перспектива Туризм: право и экономика. 2003. №1(1). 4–16 с.

30. Губенко Н.Н., Писаревский Е.Л. Законодательство в сфере туризма. Состояние и перспектива Туризм: право и экономика. 2003. №1(1). 4–16 с.

31. Коротич О. Механізми державного управління: проблеми теорії та практичної перебудови Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2006. №3. 80–84 с.

32. В.М. Князєв, В.Д. Бакуменко Державне управління: Словник–довідник За заг. ред. Київ.: Вид–во української академії державного управління, 2002. 228 с.

33. Конищева Н.И., Давиденко Л.И. Развитие системы управления сферой туризма и курортов в Донецкой области Вісник ДІТБ. 2004. №8. 79–92 с.

34. Близнюк А.М., Конищева Н.И. Пути повышения туристско–рекреационного имиджа Донецкой области Вісник ДІТБ. 2004. №8. 8–19 с.

35. Конищева Н.И., Кузьменко А.В. Стратегия устойчивого развития туризма в Донецкой области Вісник ДІТБ. 2004. №8. 20–32 с.

36. Близнюк А.М., Коніщева Н.Й., Давиденко Л.І. Координація дій місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у сфері туризму на обласному рівні Вісник ДІТБ. 2005. №9. 8–15 с.

37. Коніщева Н.Й. Давиденко Л.І. Пропозиції щодо розмежування повноважень центральних та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму Соціально–економічні дослідження в перехідний період. Регіональна політика в Україні: сучасні форми та методи реалізації: Зб. наук. праць. Вип. 2 (52). Львів: Ін–т регіональних досліджень НАН України, 2005. 146– 159 с.

38. Близнюк А.М., Коніщева Н.Й., Давиденко Л.І. Розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму. *Вісник ДІТБ.* 2006. №10. 87–93 с.

39. Близнюк А.М., Конищева Н.И., Давиденко Л.И. Совершенствование взаимоотношений органов местного самоуправления с субъектами предпринимательства в сфере туризма. *Вісник ДІТБ.* 2003. №7. 17–26 с.

40. Давиденко Л.І., Коніщева Н.Й., Ляхова Л.С., Рудь Д.В. Регулювання туристсько–екскурсійної діяльності в контексті підвищення ролі органів місцевого самоврядування Материалы Междунар. науч.–практ. конф. “Актуальные проблемы управления ресурсами городского развития” Донецк: Ин–т экономико–правовых исследований НАН Украины, 2003, 194–199 с.

41. Коніщева Н.Й. Удосконалення системи державного регулювання та управління розвитком туризму в Донецькій області. *Вісник ДІТБ.* 2006. №10. 30–37 с.

42. Коніщева Н.Й., Рудь Д.В. Віртуальний інформаційний центр як каталізатор розвитку екологічного туризму в Україні Праці Другого Міжнародного Конгресу “Інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності: Перспективи культурного та економічного розвитку”. Львів: Держ. науково–дослідний ін–т інформаційної інфраструктури, 2003. 15–17 с.

43. Конищева Н.И., Ляхова Л.С., Рудь Д.В. Концепция формирования региональной сети туристско–информационных центров Матеріали науково–практичної конференції “Стратегія розвитку вітчизняних підприємств”– Тернопіль: Тернопільська академія народного господарства; Донецьк: Ін–т економіки промисловості НАН України, 2003. 30–38 с.

44. Конищева Н.И., Давиденко Л.И., Кузьменко А.В., Ляхова Л.С., Рудь Д.В. Обоснование целесообразности создания городского туристско–информационного центра, Туризм, курорты и наука: Материалы первой республиканской науч.–практ. конф. Алушта: Таврический нац. ун–т им. В.И. Вернадского, 2003. 14–18 с.

45. Коніщева Н.Й., Рудь Д.В. Пропозиції щодо створення міських інформаційних туристичних центрів, Матеріали V Міжнародної науково–практичної конференції “Наукові і практичні проблеми створення і функціонування туристичних центрів і тематичних парків”. Донецьк: Донецьк.ін–т туристичного бізнесу, 2005. 148–151 с.

46. Коніщева Н.Й. Організація діяльності туристсько–інформаційних центрів у регіоні , Матеріали доповідей Другої наук.–практ. конф. “Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно–рекреаційною економікою”. Бердянськ: Академія управління та інформаційних технологій “АРІУ”, 2006. – 5–7 с.

47. Коніщева Н.Й. Давиденко Л.І., Данильчук В.Ф. Пропозиції щодо створення координаційної ради з питань туризму Донецької області Материалы второй республиканской научно–практической конференции «Туризм, курорты и наука». Симферополь: Таврический нац. ун–т им. В.И. Вернадского, 2004. 64–67 с.

48. Коніщева Н.Й. Давиденко Л.І. Координація дій у сфері туризму на обласному рівні, Науковий вісник Чернівецького торговельно–економічного інституту Київського національного торговельно–економічного університету: Матеріали Міжнародної науково–практичної конференції “Туристична індустрія як вектор регіонального розвитку”. Чернівці: Чернівецький торговельно–економічний ін–т Київ. нац. торговельно–економічного ун–ту, 2005, 164–169 с.

49. Конищева Н.И., Рудь Д.В. Инновационные проекты информатизации процесса подготовки специалистов в сфере туристического бизнеса, Тези доповідей міжнародної науково–методичної конференції „Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців”. Харків. держ. ун–т харчування та торгівлі, 2003, 116–118 с.

50. Коніщева Н., Кузьменко Г. Досвід Донецького інституту туристичного бізнесу з комп’ютерної підготовки фахівців Вища освіта в Україні. 2005, №3. 81–87 с.

51. Коніщева Н.Й., Примак Т.Ю. Комп’ютерна підготовка фахівців туристичного бізнесу (досвід ДІТБ), *Вісник ДІТБ*, 2005, №9, 252–258 с.

52. Давиденко Л.І. Підвищення кваліфікації кадрів у сфері державного управління туризмом, Зб. наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. Національна академія держ. управління при Президентові України, 2005, 73–81 с.

53. Вишневська О.О, В.Н.Каразіна, Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія. Харків: ХНУ. 2009. – 296 с.

54. Гальчинський А. Глобальні трансформації: концептуальні альтернативи. Методологічні аспекти: Наук. Вид. – Київ.: Либідь, 2006. – 312 с.

55. Звіт Всесвітньої туристичної організації у 2009 році URL: <http://tourlib.net/lib.htm>

56. Драпушко Р.Г. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку: монографія. Київ: Ін­т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. – 152 с.

57. Діяльність Всесвітньої туристичної організації URL: http://unwto.org/

58. Леннон Дж. Д., Смит Х., Кокерелл Н., Трю Д. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств пот туризму: пер. с англ. Дж.Д. Леннон, Смит Х., Кокерелл Н., Трю Д. Москва.: ООО «Група ИДТ», 2008. – 272 с.

59. Абуков А. Х. Туризм на новом этапе: Социальные аспекты развития туризма в СССР. Москва: Профиздат, 1983. 296 с.

60. Алексєєва Ю. Вплив державної політики на розвиток туристичної галузі України, Актуальні проблеми внутрішньої політики: зб. наук. праць. Київ: Вид–во НАДУ, 2004, Вип. 1, 103–107 с.

61. Алєксєєва Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Одеса, 2005. 20 с.

62. Алєшугіна Н.О., Коваль П. Ф. Можливості розвитку гастрономічного туризму в Чернігівській області, Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. (Серія "Економіка"). 2014. Вип.

63. Алмашій В. В. Стан та основні напрямки розвитку туризму як невід’ємної складової транскордонного співробітництва Закарпаття , Теорія та практика державного управління. 2014. № 4. 233–241 с.

64. Антоненко І. Я. Державне регулювання просування туристичного продукту: міжнародний та вітчизняний досвід, Інвестиції: практика та досвід. 2013, № 21, 17–22 с.

65. Антонюк К. Інституціональна структура регулювання та розвитку міжнародного туризму. *Ринок цінних паперів України.* 2014. № 9–10,. 3– 10 с.

66. Ахмедова О. О. Можливості використання світового досвіду державного регулювання у сфері туризму в Україні, *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. 2016. № 1. 32–37 с.

67. Ахмедова О. О., Сікорська І. М. Туристична індустрія як об’єкт державного регулювання, *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2014, Вип. 8, 40–47 с.

68. Ковальчук І. Є. Перспективи кластерної моделі розвитку туризму в Карпатському регіоні , *Вісник соціально–економічних досліджень*. 2013, Вип. 3, 148–153 с.

69. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні: автореф. спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Київ, 2008. 18 с.

70. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг: автореф. дис. к.е.н.: спец. 08.00.10 "Статистика". Київ, 2011. 20 с.

71. Колотуха О. В. Геосистемна парадигма спортивного туризму // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. (Серія "Географія"). 2013. № 2. С. 123–132.

72. Державна служба статистики України URL: <http://ukrstat.gov.ua/>

## **Декларація**

## **академічної доброчесності**

**здобувача вищої освіти ЗНУ**

Я Пучков Арсен Русланович, студент 2 курсу магістратури, денної форми навчання, факультету економічного, спеціальності міжнародна економіка, адреса електронної пошти arsick119@gmail.com:

* підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Ринок послуг в Україні: перехід від індустріального до туристичного напряму розвитку країни.» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є

ідентичною її друкованій версії;

* згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям *академічної доброчесності у будь–який спосіб, у тому числі за допомогою* Інтернет–системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_ ПІБ (студент) Пучков А.Р.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_ ПІБ (науковий керівник) Колобердянко І. І.