

потенціал країни (або компенсувати суспільству наноситься збиток), а також стимулювати виробника створювати і поширювати екологічно чисті товари, послуги та екологічно безпечні умови.

Для вмілого використання особливостей сучасного ринку природних ресурсів, екологічно чистих товарів, технологій (місцевого, регіонального, міжнародного рівнів) необхідно його постійне і ретельне вивчення, а разом з тим і прогнозування. Безумовно, для цього необхідна, перш за все, державна підтримка у вигляді стратегічних програм та планів, що направлені на розвиток екологічно безпечних умов в Україні, стимулювання відповідальності компаній та відповідального споживання у населення. Метою системи екологічного маркетингу повинні бути не максимальне зростання споживання, розширення споживчого вибору і забезпечення споживчої задоволеності, а максимальне зростання якості життя, так як якість життя це не тільки наявність високоякісних товарів і послуг, але і стійке, збалансований розвиток територій і збереження високого якості навколишнього природного середовища.

Література:

1. Лебедченко В.В.. Маркетинг як один з інструментів впливу на формування системи економічної безпеки // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : [колективна монографія.]. - за заг. ред. Н.Л. Савицької. – Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2018, – 176 с.
2. Садченко Е.В. Принципы и концепции экологического маркетинга / Е.В. Садченко, монография.- Одесса: Астропринт, 2002. - 400 с.
3. Барабашова Н., Высоцкий Д. Инновации как фактор обеспечения экологической безопасности промышленно развитого региона// Підприємництво, господарство, право.- 2002.- 220 с.
4. Golovanova M, V./.. Using the economic and mathematical models for determining the market capacity / M. Golovanova, V. Lebedchenko // Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries. – 2018. – No. 1 (3) – PP. 71-81.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ВАЖЕЛІВ УПРАВЛІННЯ І РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Лесюк А. І., студентка 7 курсу, центру заочного навчання

Скорік В. Ю., студентка 7 курсу, центру заочного навчання

Оболенцева Л. В., канд. екон. наук, доц. каф. Туризму і готельного господарства

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Туристична індустрія функціонує у міжгалузевому комплексі завдяки злагодженим зв'язкам майже з усіма державними службами та управліннями. До них відносяться різного профілю структури, такі як фінансово-економічна (інвестиційна діяльність, система оподаткування та страхування, кредитування

та інші фінансові операції), правова (законодавча і нормативно-правова бази, консульства та посольства та інше), кадрова (науково-дослідна робота, підготовка та випуск кваліфікованих кадрів, виставки, спеціалізовані платформи для підвищення кваліфікації спеціалістів). Основна ціль державної підтримки полягає у стимулюванні населення до потреби у послугах туризму.

Ефективність запровадження будь-якої політики відображується у розмірі прибутку, як відповідна реакція на цю політику. Але кажучи про державну туристичну політику, ефективність проявляється не тільки в прибутку, але й у внеску у національну економіку.

Державне регулювання управління та розвитку туристичної діяльності здійснюється за допомогою спеціальних важелів, і їх умовно можна поділити на важелі прямого та непрямого впливу. Прямі важелі або адміністративні не пов'язані зі створенням додаткового матеріального стимулювання та небезпекою фінансових втрат. Вони базуються на впливі державної влади та мають на увазі міри дозволу, заборони та примусу. Непрямі важелі або економічні відіграють велику роль у створенні відношення попиту та пропозиції на відповідному ринку у потрібному напрямку.

Класифікація основних важелів управління і розвитку туріндустрії:

I. Важелі прямого впливу:

- 1) законодавча база та інші нормативно-правові акти;
- 2) державний контроль за локалізацією туристичних об'єктів та використання історико-культурної спадщини;
- 3) активна участь у роботі міжнародних організацій та входження до складу нових;
- 4) планування розвитку туристичної інфраструктури та поглиблення науково-дослідної роботи;
- 5) прийняття заходів для дезактивації конфліктної зони на Сході України;
- 6) сприяння та контроль за соціальною відповідальністю туризму;
- 7) фінансове сприяння розвитку соціального туризму;
- 8) державна реєстрація усіх підприємств та їхнє ліцензування.

II. Важелі непрямого впливу:

- 1) інноваційна державна політика розвитку туризму;
- 2) запуск інвестиційної політики у галузі туризму;
- 3) запровадження фінансової гарантії відповідальності туристичними підприємствами перед своїми клієнтами;
- 4) створення сприятливих умов для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій;
- 5) індикативне планування туристичної діяльності в умовах децентралізації;
- 6) всебічна підтримка ринкової конкуренції та відсутність монополії;
- 7) врегулювання та спрощення податкової системи;
- 8) забудова курортно-рекреаційних територій;
- 9) будівництво нових та реконструкція старих об'єктів туристичної діяльності;

10) підвищення рівня доходів у тандемі із економічними реформами та збільшення вільного часу населення України.

Пряме державне регулювання здійснюється за допомогою коштів бюджетної політики. Головним інструментом мобілізації фінансових засобів для покриття державних видатків є податки [1]. Тому так важливо, щоб зараз на етапі занепаду туристичної галузі в Україні було запропоновано та прийнято податкові пільги та податкові канікули для соціально направлених підприємств туризму, які потребують державної підтримки.

Перший, і один з найголовніших важелів – це законодавча база та інші нормативно-правові акти. Цей важіль відіграє найважливішу роль у будь-якій галузі, оскільки диктує та регламентує порядок галузевого устрою. Нагальним фактом є те, що законодавча та правова база стосовно туристичної індустрії не досконала, а в деяких питаннях, навіть, відсутня.

Інші важелі, які впливають на туріндустрію – інноваційна державна політика розвитку туризму, врегулювання та спрощення податкової системи, запуск інвестиційної політики у галузі туризму.

Інноваційна державна політика необхідна, оскільки усі розроблені програми з розвитку туризму вже застарілі або швидко втрачають свою актуальність. Вона зобов'язує проактивності нової програми, а не реактивності, як це завжди робили. Інноваційні дії – це проактивні дії, і при розвитку туріндустрії цей принцип повинен бути ключовим. Для успішної політики немає більшої помилки, ніж направлення усіх сил на ліквідацію наслідків та безуспішні змоги привести все до попереднього стану. Найефективнішим методом побудови проактивної інноваційної політики є активна участь у роботі міжнародних організацій, обмін набутим досвідом між країнами та різними установами, проведення форсайтів для визначення трендів у контексті створення стратегії. Завдяки взаємообміну та постійному співробітництву виникають реальні перспективні можливості для винайдення нових ефективних шляхів розробки та реалізації інноваційної державної політики у галузі туризму.

Щоб виник запуск інвестиційної політики не тільки у галузі туризму, а й взагалі в Україні почав працювати цей механізм потрібно здолати декілька перепон. Найскладнішими є недосконалість правової бази і податкової системи. Ці два елементи тісно пов'язані між собою.

Перспективним кроком назустріч залученню інвестицій можуть стати різноманітні міжгалузеві, міждисциплінарні, міжконфесійні події: форуми, конференції, виставки, саміти – проведені за підтримки міжнародних та вітчизняних організацій. Визнання міжнародними організаціями України як туристичного хаба можливе після проведення грамотної інноваційної політики при плануванні розвитку туристичної інфраструктури, забудові курортно-рекреаційних територій, будівництві нових та реконструкції старих об'єктів туристичної діяльності.

Також держава повинна проводити контроль локалізації туристичних об'єктів та використання історико-культурної спадщини, оскільки останнім часом майже всі туристичні об'єкти приватизовані, тому контроль та

координація необхідні, щоб власники не змінювали та не відхилялись від основної, визначеної часом та умовами концепції об'єктів.

Важливим завданням держави стає всебічна підтримка ринкової конкуренції та відсутність монополії не лише серед підприємств, але й серед міст України.

Державна реєстрація усіх підприємств та їхнє ліцензування – логічний послідовний важіль, який встановить чіткі рамки для діяльності кожної бізнес одиниці. Цей вкрай важливо, оскільки, лише після цього можна розглядати наступний важіль – фінансової гарантії відповідальності туристичними підприємствами перед своїми клієнтами [2]. Ці два важеля підштовхнуть підприємства працювати більш чітко, прозоро та відповідально, а також простимулюють працівників постійно підвищувати свою кваліфікацію, щоб надавати споживачам високоякісні конкурентоспроможні послуги та продукти.

Підвищення рівня доходів у тандемі із економічними реформами та збільшенням вільного часу населення України – один з фінальних важелів управління і розвитку туріндустрії в Україні. Якби ефективно не запускалися усі вищеперераховані важелі, якщо середньостатистичний українець не буде мати достатньо коштів та часу на відпочинок – уся робота марна. У найближчі декілька років позитивної динаміки у цьому питанні не прогнозується. Тому, як ніколи актуальним стає повернення соціального туризму, який піддався upgrade. Повернення його таким, яким він був раніше, не дасть ніякого ефекту. Отже, соціальний туризм потрібно трансформувати під сучасні вимоги відповідно до потреб населення.

Щоб цей процес розпочався, програма соціального туризму потребує серйозної фінансової підтримки, не лише з боку держави, а й з боку усіх суб'єктів підприємницької діяльності.

Соціальна відповідальність відіграє важливу роль у цьому питанні, оскільки, якщо кожний суб'єкт підприємницької діяльності почне ініціювати відпочинок для усіх своїх працівників та допомагати в його реалізації, він закладе одні з перших східців для досягнення нового рівня туристичної індустрії в Україні. Крім цього, фінансування потрібно для побудови та відбудови соціальних об'єктів відпочинку та рекреації для усіх верств населення. Кожен проект для реалізації програм соціального туризму також потребує інвестування. Цей важіль є заключним для початку складної, ефективної, але надзвичайно перспективної нової ери туріндустрії в Україні.

Література:

1. Стельмашук А.М. Державне регулювання економіки / А.М. Стельмашук. – Тернопіль : ТАНГ, 2000. – 315 с.
2. Дядечко, Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. – 223 с.