МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Збірник тез

круглого столу

Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції

(Одеса, 5 березня 2021 року)

Одеса 2021

УДК 338.48:005.591

З-16

Рекомендовано до поширення
через мережу Інтернет Вченою радою
факультету міжнародної економіки
(протокол №10 від 16.03.2021р.)

У збірнику зібрані доповіді про вплив держави на туризм. Для управління попитом держава використовує: маркетинг і просування, ціноутворення й обмеження доступу. Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристичної організації, ці заходи мають бути спрямовані на створення якісного іміджу країни, заснованого на її привабливих символічних характеристиках.

Вплив загальних економічних чинників на туризм може бути як позитивним, так і негативним. Серед позитивних чинників слід зазначити: зростання реальних доходів; більш рівномірний розподіл доходів; стабільна валютна ситуація; вигідна кон'юнктурна ситуація (висока ємність ринку і високі темпи його розвитку, які характеризуються низьким або середнім рівнем конкуренції).

Актуальність дослідження підкріплюється затвердженою на загальнодержавному рівні Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020», яка одним із своїх першочергових пріоритетів передбачає розвиток туризму. Окрім того, підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом потребує удосконалення не лише законодавства, але й впровадження європейських підходів до організації макроекономічного управління, формування спільних цінностей та сприятливих умов для життя людей, що забезпечується через розвиток туристичної сфери. Ефективний розвиток туристичної сфери стримується через відсутність чіткої системи державного регулювання, нерозвиненість інфраструктури.

Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції. Збірник тез круглого столу (Одеса, 5 березня 2021 року). - Відповідальна за випуск Михайлюк О.Л.– Одеса, ОНЕУ, 2021 .- 37с.

УДК 338.48:005.591

© Колектив авторів, 2021

ЗМІСТ

стор.

Герасименко В.Г. Порівняльна характеристика нормативно-правової бази країн ЄС і України у сфері туризму… 3
Лебедєв І.В. Європейська система індикаторів стану розвитку туристичної діяльності 5
Галасюк С.С. Міжнародний досвід застосування основних підходів регулювання у сфері туризму 7
Давиденко І.В. Кластери як об'єкт стратегічного регулювання розвитку туристичної галузі 9
Нездоймінов С.Г. Аналіз динаміки макроекономічних показників туристичних перевезень на внутрішніх водних шляхах України 11
Михайлюк О.Л. Існуючі і перспективні кластери туристичної сфери країни 13
Шикіна О.В. Імплементація досвіду країн ЄС для розвитку екологічного туризму в Україні 15
Гончаренко Я.Є. Правові засади створення та функціонування кластерів в Україні 17
Ярьоменко С.Г. Нормативно-правова база регулювання лікувально-оздоровчого туризму в Україні і країнах ЄС 19
Павлоцький В.Я. Актуальні зміни в оподаткуванні підприємств туристичної сфери 21
Назаренко О.В. Експертний аналіз Інтернет-сайтів тур фірм як метод покращання їх економічної діяльності 23
Єгупова І.М. Порівняльний аналіз розвитку ресторанного бізнесу в Україні.. 25
Козловський Р.С. Напрями кластерної політики держави 27
Нечєва Н.В. Існуючі і перспективні кластери туристичної сфери країни 29
Бедрадіна Г.К. Перспективи формування «Туристичного кластера Вилково».. 31
Мартинова Н.С. Економічні механізми і нормативно-правові механізми стійкого розвитку туризму 33
Ремігайло І.Ю. Управлінські механізми сталого розвитку туризму (на прикладі країн ЄС) 35

к.е.н., професор Герасименко В.Г.

Порівняльна характеристика нормативно-правової бази країн ЄС і України у сфері туризму

У межах ЄС не існує офіційного інституту, що займається окремо питаннями розвитку туризму в країнах–учасницях. Ці функції виконує вищий орган виконавчої влади Європейського союзу – Європейська комісія. Вона через діяльність структурних фондів здійснює діяльність щодо розвитку туризму у країнах ЄС.

До основних структурних фондів ЄС, що надають активну допомогу в розвитку туризму, слід віднести наступні:

- Європейський фонд регіонального розвитку;
- Європейський соціальний фонд;
- Європейський фонд управління сільським господарством;
- Європейська комісія подорожей;
- Європейський інвестиційний банк та ін.

Європейський фонд регіонального розвитку фінансує проекти з розвитку інфраструктури, вкладає інвестиції у створення нових робочих місць та реалізацію проектів розвитку окремих територій, надає фінансову допомогу малим підприємствам. Його діяльність охоплює багато сфер: транспорт, комунікаційні технології, дослідження та інновації, соціальну інфраструктуру, професійну підготовку, структурне перепрофілювання економіки міст та сільської місцевості тощо.

Щодо реалізації політики зайнятості населення у туристській сфері - важливу роль відіграє Європейський соціальний фонд. Він фінансує проекти, спрямовані на підвищення кваліфікації і перепідготовку кадрів з метою зростання продуктивності праці. У межах діяльності цього фонду здійснюється також стимулювання розвитку малих туристичних підприємств у країнах ЄС. Ці дії сприятливо позначаються на підвищенні економічної активності та збільшенні рівня зайнятості населення.

Європейський фонд управління сільським господарством фінансує заходи з розвитку сільської місцевості та здійснює допомогу населенню, зайнятому у натуральному виробництві, в тому числі сприяє розвитку агро– та екотуризму.

Окремо потрібно згадати таку некомерційну організацію, як Європейська комісія подорожей, членами якої є 39 національних туристських організацій країн Європи. Основна роль Європейської комісії подорожей полягає у розвитку туризму як в окремих регіонах континенту, так і по всій Європі.

Основними законодавчими актами, що регулюють питання європейської політики у сфері туризму, є:

- резолюція конференції «Майбутнє європейського туризму», прийнята у травні 2002 р. У Брюсселі;
- Лісабонська стратегія у сфері розвитку туризму і збільшення зайнятості (лютий 2005 р.);
- прикінцеві положення Конференції зі сталого розвитку європейського туризму та оновлення туристської політики (квітень 2005 р., Брюссель);
- доповідь Групи сталого розвитку туризму (2006 р., Брюссель);
- прикінцеві положення Конференції міністрів туризму, що проводилася у Потсдамі у травні 2007 р.;
- повістка з питань сталого розвитку та конкурентоспроможності європейського туризму, прийнята Європейською комісією у жовтні 2007р. на Європейському туристичному форумі у Алгарве, Португалія.

Означені документи не мають прямої юридичної сили у країнах-учасницях, але відіграють координуючу роль у процесі розвитку туризму. Таким чином, це означає, що ЄС, активно координуючи туристську діяльність, не втручається у національну політику кожної з країн–учасниць, залишаючи останнім повну свободу дій у процесі створення і просування своїх національних туристських продуктів на міжнародний ринок.

У більшості країн–учасниць ЄС сформувалася практика створення Національних Туристських Адміністрацій (НТА).

д.е.н., доцент Лебедєв І.В.

Європейська система індикаторів стану розвитку туристичної діяльності

Аналіз наведених вище документів ЄС дозволяє констатувати, що керівні органи співтовариства розглядають макроекономічне регулювання туризму як цілеспрямований вплив в інтересах суспільства у цілому на процеси формування і підтримки туристично-рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів, організації відпочинку та оздоровлення населення, підготовки кваліфікованих кадрів для рекреаційно-туристичної діяльності.

Необхідність макроекономічного регулювання туризму обумовлена тим, що ринкове саморегулювання не здатне забезпечити баланс інтересів держави, місцевих громад, підприємців і працівників туристичної сфери, різних груп туристів стосовно економічної ефективності, соціальної результативності, збереження природи і культурної спадщини. Тому Стратегія розвитку туризму у ЄС передбачає розбудову механізму макроекономічного регулювання туризму на засадах як встановлення загальних правил функціонування, так і певну свободу господарської діяльності за умов взаємодії зацікавлених сторін .

Механізм макроекономічного регулювання туризму, як різновид механізму управління, являє собою систематизований набір (систему) елементів (органів, засобів і способів) для виконання певних управлінських дій. Система органів регулювання туризму в ЄС ґрунтується на притаманній європейській соціально-орієнтованій ринковій економіці моделі управління, заснованій на співробітництві державних і недержавних інституцій. Вислів «державно-приватне партнерство» у наведених документах ЄС не застосовується, тому що запроектована модель управління виходить за його межі і передбачає також широку участь громадських організацій – профспілкових, культурних, екологічних, спортивних тощо.

Макроекономічне регулювання туризму в ЄС здійснюється перш за все за допомогою таких господарських важелів:

– гроші (цільові бюджетні асигнування, субсидії та дотації на розвиток туристичної інфраструктури, збереження навколишнього середовища, культурної та історичної спадщини);

– податкові пільги і преференції, кредити, підтримка соціального туризму, стимулювання туризму в період «низького сезону» шляхом різного роду знижок, пільг тощо.

Інвесторам надаються пільговий податковий режим і пільгові ставки амортизаційних відрахувань. У деяких країнах практикується звільнення від податку на прибуток у перші роки діяльності підприємств, а також зменшення податку на додану вартість. Надаються також митні пільги (аж до звільнення від сплати мит) під час ввезення обладнання для готелів і туристичних транспортних засобів. У деяких європейських країнах до 20% доходу від послуг, наданих іноземним туристам, звільняється від податку на прибуток.

Країни Європейського Союзу проводять політику, спрямовану на зрівняння ПДВ на туристичну і готельну діяльність, ставка якого варіюється від 6 до 25%. У Німеччині та Люксембурзі встановлений усереднений ПДВ розміром 15%, у Данії та Швеції найбільша ставка ПДВ - 25%. ПДВ на розміщення в Іспанії становить у середньому 7% і залежить від категорії готелю, витрат на харчування (ресторанні послуги), оренду автомобілів - 16%. У Греції ПДВ на розміщення і харчування складає 8%, і урядом розроблена система знижок турфірмам, які здійснюють прийом у несезонний період. У Франції ПДВ на туристичну діяльність у середньому становить 10%, в тому числі на послуги розміщення – 6%, на послуги харчування - 19%. У Австрії ПДВ на послуги розміщення та харчування встановлені на рівні 10%. Однак, згідно з Федеральним законом про туристський податок, усі туристські підприємства платять місцевий збір за проживання одного туриста (на території громади - громаді, а на курортах - у курортний фонд).

к.е.н., доцент Галасюк С.С.

Міжнародний досвід застосування основних підходів регулювання у сфері туризму

У розвитку туризму, який є одним з найдинамічніших секторів світової економіки, велике значення належить його державному регулюванню, спрямованому на досягнення збалансованості інтересів усіх учасників туристичного ринку.

З нашої точки зору, державне регулювання – це цілеспрямований вплив держави на учасників туристичної діяльності для забезпечення сприятливих умов розвитку туризму. При цьому, як зазначено у статті 5 Закону України «Про туризм», до учасників туристичної діяльності належать як суб'єкти туристичної діяльності, так і споживачі туристичних послуг.

Вивчаючи сутність регулювання сферою туризму на макрорівні, варто відмітити, що, з одного боку, наявність потужного туристично-рекреаційного потенціалу є важливою, але не достатньою умовою для перетворення туризму на процвітаючу галузь економіки. З іншого боку, при всьому різноманітті фірм, підприємств, установ, організацій, що діють у туризмі, у даному секторі економіки існують певні обмеження, далі яких процес децентралізації та деконцентрації не відбувається. Тому будь-які потенційні можливості розвитку туризму будуть реалізовані повною мірою тільки у результаті сполучення ринкових механізмів господарювання з його державним регулюванням у вигляді необхідних юридичних, політичних, економічних, соціальних та інших гарантій. Тільки у цьому випадку можна забезпечити сталий розвиток індустрії туризму, не наносячи шкоди природним і культурним цінностям, які виступають об'єктами туристичних атракцій. У зв'язку з цим переважна більшість держав створюють у структурі власних урядів спеціалізований національний орган з координації роботи усіх підприємств туризму.

Таким чином, регулювання сфери туризму на макрорівні є процесом, необхідним для успішного розвитку туристичній діяльності в будь-якій країні світу.

Розвиток туризму дозволяє багатьом країнам світу отримувати значні кошти у державний бюджет, підвищувати доходи суміжних галузей економіки завдяки мультиплікативному ефекту, поліпшувати загальний стан інфраструктури туристичних дестинацій. Всебічний вплив туризму на економіку регулюється у більшості країн спеціально визначеним центральним органом виконавчої влади у сфері туризму. Однак, ступінь державного управління туристичною галуззю неоднорідний по країнах світу і має залежність від загального стану їх економічного розвитку. Ця обставина спричинила виникнення декількох основних моделей державного регулювання туризмом, на підставі дослідження яких можна простежити певні закономірності організації туристичного бізнесу в різних країнах.

Серед науковців найбільш розповсюдженою є думка про існування трьох основних підходів до державного регулювання у сфері туризму. Незважаючи на різні назви цих підходів, українські та зарубіжні вчені спільні у думці, що:

– «перша модель» («децентралізоване управління», «модель саморегулювання») передбачає відсутність центральної державної туристичної адміністрації серед урядових органів виконавчої влади, а усі питання щодо розвитку туризму вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової «самоорганізації»;

– «друга модель» («централізоване управління», «модель пріоритетності туризму»), навпаки, передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу – міністерства, яке контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі у країні;

– «третя модель» («європейська модель управління», «модель міжгалузевого регулювання») переважає у розвинених європейських державах, у «надрах» певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу.

к.е.н., доцент Давиденко І.В.

Кластери як об'єкт стратегічного регулювання розвитку туристичної галузі

В економічній літературі існує багато визначень поняття «кластер». Найбільш авторитетним є визначення цього поняття американським вченим М. Портером. За його визначенням, кластери – це «сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агенцій із стандартизації, торгівельних, туристичних, будівельних об'єднань) у певних конкуруючих сферах».

У цього ж автора існують й інші визначення кластеру:

1) «... система взаємопов'язаних фірм та інститутів, що є більшою, ніж проста сума складових»;

2) «... група компаній, які географічно межують між собою, взаємопов'язані між собою та поєднані з тими організаціями, що діють у певній сфері та характеризуються спільністю у діях і взаємодіях».

Кластерна ідея мала місце у працях французьких вчених, які досліджували розвиток та розміщення торгівлі і сфери послуг.

Серед вітчизняних вчених вперше найбільш фундаментальне визначення кластерів було запропоновано Соколенко С.І. Однак більшість вчених погоджується з тим, що найголовнішою є та обставина, що з технологічної точки зору кластери сприяють темпам запровадження інновацій, визначають їх напрямок і тим самим створюють фундамент для майбутнього економічного зростання. Отже, теорія кластерів тісно пов'язана з концепціями інноваційного розвитку, з концепцією нової економіки.

Теорія кластерів прямо стосується й України, адже це не тільки оптимальна форма організації виробництва, але й об'єкт стратегічного партнерства уряду та регіональних органів влади. Зокрема Соколенко С.І.

провів фундаментальні дослідження теорії та історії кластерів. Він вважає, що «в умовах глобалізації тим регіональним структурам, яким не вдається створити кластери на основі кластерного аналізу, загрожує втрата конкурентоспроможності та ринкової рівноваги». Визначення «кластер» у Європі стало настільки загальноприйнятим, що його вільно використовують стосовно будь-якої проблеми, яка має бути вирішена на основі колективного підходу.

Найважливішою різницею між кластером і виробничо-територіальною системою є, по-перше, те, що кластер максимально враховує ринковий механізм, а, по-друге, діє в умовах відсутності директиви. Кластер не тільки найбільш оптимальна форма організації виробництва у світі, але ще й приклад швидкого економічного зростання регіонів та ефективний спосіб залучення іноземних інвестицій. Концепція кластерів відображає новий спосіб бачення економіки території, а також дозволяє чітко визначити роль кожного з учасників: бізнесу, органів влади, громадськості. Кластери можуть формувати нові механізми управління не тільки у комерційних, але й у громадських організаціях, органах влади. Слід зазначити, що кластери можуть бути створені лише за ініціативою бізнес-товариств і за згодою усіх учасників.

В цілому ж дослідження вітчизняних вчених, що проводились протягом останніх десятиріч, характеризують такі об’єднання як дієвий засіб підвищення конкурентоспроможності й завоювання ринку. Конкурентні переваги таких організацій залежать від можливості використання багатьох чинників: вільний доступ до дешевих ресурсів, стимулювання інвестицій, подолання торгівельних бар’єрів, доступ до стратегічно важливих ринків збуту тощо.

Кластер дає змогу в межах певного ядра привабити до себе на системній основі нові підприємства й установи та бачити при цьому перспективні напрямки розвитку туристичного бізнесу. Кластери краще узгоджуються з самим характером конкуренції та джерелами досягнення конкурентних переваг. Кластери краще, ніж галузі, охоплюють важливі зв’язки, взаємодоповнюваність між галузями, маркетинг, розуміння потреб споживачів.

к.е.н., доцент Нездоймінов С.Г.

Аналіз динаміки макроекономічних показників туристичних перевезень на внутрішніх водних шляхах України

Позитивним напрямком у співробітництві з ЄС та на основі орієнтирів національної транспортної політики України щодо розробки стратегії розвитку річкового транспорту є включення його у систему мультимодальних перевезень та до мережі пріоритетних транспортних маршрутів. Це є доцільним, у першу чергу, на підтримку необхідності впровадження державної політики України як транзитної держави та з огляду важливості у сьогоденні імплементації до національного законодавства норм європейського права у сфері внутрішнього водного транспорту. На сучасному етапі розвитку економіки України, перед вітчизняними підприємствами водного транспорту постає проблема формування динамічного попиту на послуги щодо транспортування туристів водними шляхами України. Сьогодні водний сектор транспорту потребує оптимізації діяльності річкових та морських портів, модернізації пасажирського флоту та заходів щодо якісного обслуговування туристів.

Метою дослідження є аналіз макроекономічних показників галузі у контексті розвитку ринку туристичних перевезень на річковому водному транспорті. Для дослідження макроекономічних показників інституційного транспортного сектору економіки та їх впливу на розвиток національного туристичного ринку, використовувалися Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження зі статистики водного транспорту (Наказ Державної служби статистики України від 06.05.2016 № 70), які визначають систему показників та інструментарій статистичного спостереження. А саме на державному рівні: зведена інформація за видами перевезень (морські перевезення, річкові перевезення) та видами сполучення (каботажне (внутрішнє), закордонне (міжнародне), між іноземними портами), по країні в цілому, у розрізі регіонів; показники щодо обсягів

пасажирообороту, кількості перевезених пасажирів водним транспортом за видами сполучення.

Україна має досить високий судноплавний потенціал річок - довжина водних шляхів, придатних для експлуатації, складає близько 6,2 тис. км. Основними судноплавними шляхами залишаються р. Дніпро - 1,205 тис. км та (його притоки р. Десна – 520 км і р. Прип'ять – 60 км, р. Дунай - 160 км та частково р. Південний Буг – 155 км). На водних шляхах України розташовано 12 річкових портів, які мають інфраструктуру для обслуговування туристичних перевезень. Проте держава, маючи розгалужене річкове покриття, займає аутсайдерські позиції серед країн із найменшою часткою перевезень річками – менше 1% .

За останні роки внутрішні водні шляхи українських річок за показником гарантованих глибин неповністю відповідають вимогам щодо безпеки судноплавства. Регулярне водне сполучення з Білоруссю у верхній течії р. Дніпро та р. Прип'ять, рух по р. Десна практично припинилися, що пов'язано з обмілінням згаданих річок у цьому районі. У 2014 році ресурсний парк річкових суден України складав 1 648 од., 20 % з яких непридатні до експлуатації.

Аналіз проблем розвитку галузі показав, що для успішного функціонування ринку, необхідним є комплексний розвиток усіх елементів пасажирського судноплавства і відповідної йому інфраструктури, кооперація з туристичними операторами та розробка маркетингових заходів. Серед основних проблем галузі, на наш погляд, найбільш вагомими є недостатні обсяги залучення інвестицій щодо модернізації портової круїзної та туристичної інфраструктури, у будівництво сучасного круїзного флоту. Так, інвестиції у сфері водного транспорту у загальному обсязі капітальних інвестицій галузі у 2016 р. склали 233,8 млн. грн. або 9%.

Як свідчить світовий досвід, сучасні транспортні послуги є невід'ємною складовою здійснення подорожі, умовою розвитку туризму і належать до основних послуг туристичної галузі.

к.е.н., доцент Михайлюк О.Л.

Існуючі і перспективні кластери туристичної сфери країни

Кластерну модель організації туризму активно впроваджують такі європейські країни, як Італія, Франція, Норвегія, Греція, Бельгія та інші. Кластерний підхід перетворився в останні роки у ключовий інструмент туристичної політики провідних європейських держав. Однак його практичне застосування для формування ефективного підприємницького середовища, створення туристичної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій ще недостатньо вивчені та оцінені в Україні. Аналіз показує, що кластеризація туристичного бізнесу, як перспективного напряму розвитку економіки України, відбувається повільними темпами, хоча спостерігається позитивна динаміка.

Реалізація кластерної політики сприяє зростанню конкурентоспроможності туристичного бізнесу за рахунок реалізації потенціалу ефективної взаємодії учасників кластера, пов'язаного з їх географічно близьким розташуванням, включаючи розширення доступу до інновацій, технологій, «ноу-хау», спеціалізованих послуг і висококваліфікованих кадрів, а також завдяки зниженню трансакційних витрат, що забезпечує формування передумов для реалізації спільних коопераційних проектів і продуктивної конкуренції.

Основними ознаками кластера є:

1. Сильні конкурентні позиції на регіональному, національному і (або) міжнародному ринках і (або) високий експортний потенціал учасників кластерів; високий потенціал експорту продукції та послуг.
2. Наявність конкурентних переваг, до яких можуть бути віднесені: вигідне географічне положення, наявність спеціалізованих кадрових ресурсів, наявність субконтракторів, спеціалізованих навчальних закладів та дослідницьких організацій, необхідної інфраструктури та інші чинники.
3. Географічна концентрація і близькість розташування учасників

кластера, що забезпечує можливості для їх активної взаємодії.

4. Ефективна взаємодія між учасниками кластера, партнерство підприємств з освітніми та дослідницькими організаціями; практика координації діяльності щодо колективного просування товарів і послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

5. Більш високі показники темпів зростання нових робочих місць, виручки і рентабельності учасників кластера, ніж на підприємствах аналогічних галузей і сфер бізнесу по країні.

6. Частка кластера на ринку відповідної продукції (регіональному, національному, світовому) перевищує середню частку економіки регіону (ВРП) на цьому ринку.

7. Темп зростання продукції кластера перевищує середній темп зростання ВРП.

8. Конкурентоспроможність кластера з урахуванням питомих витрат і якості продукції не поступається конкурентоспроможності відповідних секторів економіки інших країн і регіонів.

9. Відбувається стійке кооперування галузей, що входять до кластера, формування на цій основі агломераційних процесів, мережевих форм організацій та синергетичного ефекту.

10. Розвиток інформаційних та маркетингових зв'язків між підприємствами кластера здійснюється на основі сучасних технологій, у межах міжрегіональної економічної інтеграції.

Основними кластерними утвореннями є:

- підприємства (організації), що спеціалізуються на профільних видах діяльності;

- підприємства, що постачають продукцію чи надають послуги для спеціалізованих підприємств;

- підприємства (організації), що обслуговують основні галузі господарства, а також інноваційну, транспортну, енергетичну інфраструктуру.

к.е.н., доцент Шикіна О.В.

Імплементація досвіду країн ЄС для розвитку екологічного туризму в Україні

На даний час у світі переважає теорія стійкого розвитку, яка відноситься і до туризму. Стійкий туризм – це такий туризм, який задовольняє усі існуючі потреби людей у подорожах, але при цьому розвивається таким чином, щоб забезпечити відповідними можливостями прийдешні покоління. Стійкий туризм включає ресурсозбереження, як дбайливе ставлення до біорізномаїття, збереження усього навколишнього середовища, враховує культурні та соціальні відносини, що склалися у межах сучасної економічної моделі та економічного розвитку. У концепції стійкого розвитку ці три складові є передумовою будь-якого діяння/концепту та є рівноцінні.

Екологічний туризм розглядається як приклад стійкого туризму, оскільки реалізує на практиці головні принципи і концепції стійкого розвитку, зокрема, «несуперечливе» природокористування, що не призводить до деградації ресурсів, оскільки для відновлення та охорони останніх використовується частина прибутків від розвитку екотуризму.

Таким чином, екологічний туризм – це природоорієнтований сталий туризм, який відповідає цілям стійкого розвитку (*SustainableDevelopmentGoals – SDGs*) установленими ООН у 2015 році з перспективою до 2030р.

Об'єктами екотуризму можуть бути як природні, так і культурні визначні пам'ятки, природні й природно-антропогенні ландшафти, де традиційна культура становить єдине ціле з навколишнім середовищем. Об'єктами екотуризму можуть стати й екзотичні рослині співтовариства, або біоценози, наприклад, тропічні ліси, що цвітуть, літня тундра тощо. Але частіше туристів приваблюють унікальні ландшафти в цілому.

За умови мети подорожі (відпочити й одержати певний обсяг знань) можна виділити наступні чотири види екологічного туризму:

- науковий туризм. Туристичними об'єктами у таких турах виступають природні території особливої охорони: заповідники, заказники, національні парки. У процесі наукових екологічних турів туристи приймають участь у різноманітних дослідних експедиціях, ведуть польові спостереження;

- тури історії природи. Це сукупність навчальних, науково-культурних і туристичних екскурсій, які пролягають за спеціально створеними екологічними маршрутами. Найбільш часто такі екологічні тури організовуються на території заповідників, національних парків, на туристичних територіях і акваторіях;

- пригодницький туризм. До нього можливо включити наступні тури: *discoveryamp*; *adventureholidays* (віддалені регіони); *shortdestinations (*короткострокові тури на велосипедах); *walkingamp; trekking* (пішохідні маршрути по складній місцевості); *multi-activityholidays (*подорожі із значними фізичними навантаженнями); overlandtours (подорожі на спеціально переобладнаних для житла автомобілях). Цей вид екотуризму об'єднує усі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі. До нього відносяться: альпінізм, скелелазіння, гірський і пішохідний туризм, водний, гірськолижний, кінний туризм, дайвінг, парапланеризм. Деякі з цих видів туризму відносяться до екстремальних;

- подорожі у природні заповідники і резервати. Висока привабливість унікальних і екзотичних природних об'єктів та явищ, які знаходяться у заповідниках, привертають безліч туристів.

За деякими оцінками, екологічний туризм охоплює понад 10-15% туристичного ринку, а темпи його росту перевищують відповідні темпи по всій індустрії туризму.

Екотуризм розповсюджується по всьому світу. Багато таких об'єктів вже внесено до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. На даний час лідером зазначеного сегменту туристичного ринку можна назвати Європу. Країни Європи переживають внутрішній “екотуристичний бум”, а також вони генерують попит на цей вид туризму.

к.е.н., викл. Гончаренко Я.Є.

Правові засади створення та функціонування кластерів в Україні

Інтенсивний розвиток туризму в Україні вимагає пошуку нових інноваційний форм регулювання цієї сфери діяльності, напрямів координації діяльності органів влади, територіальних громад та суб'єктів господарювання. Саме таким інноваційним напрямом розвитку туризму є створення туристичних кластерів.

Кластери – продукт ринкової економіки, нові економічні відносини актуалізують проблему посилення конкурентних позицій регіону в ринковому середовищі. Оскільки в основу формування кластера покладено ресурсні можливості конкретного регіону, то його територіальна основа забезпечує унікальність цього утворення. Це і забезпечує кластерам конкурентні переваги, копіювання яких є досить складним.

В Україні процес кластеризації сфери туризму розпочався на початку 2000-х років. З того часу деякі кластери вже припинили своє існування, однак й зараз виникають та формуються нові утворення. Визначення «кластер» активно застосовується в Україні як суб'єктами господарювання, так і органами влади. Однак, аналіз українського законодавства не дає чіткої відповіді щодо трактування поняття «кластер», хоча у створенні та функціонуванні туристичних кластерів, що є інструментом підвищення конкурентоспроможності економіки, повинна бути зацікавлена держава.

У 2008 році було зроблено спробу прийняти документ, що визначав деякі поняття стосовно кластерів, передбачав проведення інформаційної роботи серед потенційних учасників кластерів. Однак, цей документ «Концепція створення кластерів в Україні», розроблений Кабінетом Міністрів України, так і не набрав чинності. Цією концепцією визначались види кластерів - виробничі, інноваційно-технологічні, туристичні й транспортно-логістичні. У проекті цього розпорядження Кабінету Міністрів України вказувалось на те, що найважливішим показником діяльності кластерів є їх висока

конкурентоспроможність на світовому ринку. Тому кластерний розвиток країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки. Окрім того, кластери є комбінацією конкуренції та кооперації, отже, об'єднання в одних сферах допомагають успішно вести конкурентну боротьбу в інших.

Проєкт Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» №1256 від 04.12.2014 р. передбачав визначення понять «кластер», «кластеризація суб'єктів малого і середнього підприємництва», «кластерна стратегія». Відповідно до цього законопроекту кластер – це галузеве або міжгалузеве, територіальне добровільне об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності, які тісно співпрацюють з науковими (освітніми) установами, громадськими об'єднаннями, органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади, з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону. Однак, пройшовши перше читання у 2015 році, цей законопроект так і не було розглянуто у другому читанні, а відповідно не було й прийнято.

Ст. 120 та 127 Господарського кодексу України передбачають різні організаційно-правові форми об'єднань підприємств, а саме: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законом (союзи, спілки, асоціації підприємців, тощо). Кластер як організаційно-правова форма Господарським кодексом України не передбачений. Якщо порівнювати існуючі форми об'єднань підприємств з кластерною формою об'єднання, то можна зробити висновок, що кластер може існувати в одній з таких організаційно-правових форм або бути окремою формою об'єднання підприємств. В Україні більшість підприємств обирають перший варіант, у зв'язку із законодавчою неврегульованістю поняття «кластер».

Слід зазначити, що існують істотні відмінності кластерної форми організації діяльності від інших форм об'єднань підприємств. До таких відмінностей відносять:

- діяльність кластерів не визначає спеціальних особливостей його органів управління (на відміну від корпорацій та концернів).

к.е.н., доцент Ярьоменко С.Г.

Нормативно-правова база регулювання лікувально-оздоровчого туризму в Україні і країнах ЄС

Визначення поняття «лікувально-оздоровчого туризму» в українській науковій літературі та публікаціях вчених країн ЄС, документах офіційних установ мають одночасно схожі підходи, а також відмінності у трактуванні та розумінні складових даного поняття.

Відповідно до Закону України «Про туризм» виділяється лікувально-оздоровчий туризм, як вид туризму за метою подорожі.

Низка вчених визначає цей вид туризму на межі між оздоровчими видами рекреації та лікуванням.

Підготовлений звіт із лікувально-оздоровчого туризму Європейською комісією, передбачає наступні головні виклики щодо політики у сфері туризму:

– охорона та захист – екологічна, соціальна та політична безпека; безпека харчування та розміщення та соціально-культурні загрози для збалансованого розвитку;

– економічна конкурентоспроможність – сезонність, регуляторні та адміністративні складнощі;

– технологічні – залишатися у тренді розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), викликаних глобалізацією та досягненнями у сфері технологій (ІКТ інструменти для бронювання відпочинку, соціальних медіа для консультування з питань туристичних послуг тощо);

– ринок та конкуренція – зростання попиту на індивідуальний підхід до споживача, нові продукти та зростаюча конкуренція з боку інших дестинацій країн ЄС.

Європейський регіон складає найбільшу частку туристичних прибуттів серед інших туристичних регіонів світу. Значним є туристичний потік до країн Європейського Союзу, а найбільш популярною є Південна та Західна Європа.

Міжнародний туризм у сфері оздоровлення та лікування пов'язаний з такими ключовими регіонами, як Азіатсько-Тихоокеанський, Європа та Північна Америка. Європейський регіон складає 250 млн. прибуттів, що складає 193,4 млрд. дол. США витрат туристів на послуги оздоровлення та лікування.

Динаміка розвитку оздоровчого туризму найбільш показова для Європи (101% зростання у 2015 році до 2012), Північної Америки (114%) та регіону Азії і Тихого океану (161%).

Окрім цього, супутні галузі, що забезпечують розвиток оздоровчого туризму, складають 3,7 трлн. дол. США. Частка оздоровчого туризму у даній структурі складає 14,5%, СПА-індустрія – 2,8%.

За даними Глобального інституту здоров'я, зростання у сфері послуг з оздоровлення та лікування у 2015 році склало 5,2% по відношенню до 2013 року. Найбільш динамічними та важливими залишаються послуги бальнеологічних центрів, оздоровчий туризм, використання лікувальних мінеральних вод, організація здорового способу життя, а також проживання у оздоровчих закладах (нерухомості). Саме дані напрямки у сфері оздоровлення та лікування прогнозуються як такі, що будуть мати тенденції до подальшого зростання.

Сфера лікувально-оздоровчого туризму та регулювання ринку послуг санаторно-курортного господарства має кілька аспектів: лікувальний сектор оздоровчого туризму пов'язаний із питаннями охорони здоров'я, оздоровчий сегмент – ближче до питань туристичної діяльності.

Основою діяльності лікувальних послуг серед країн Європейського Союзу є Директива 2011/24/EU «Про застосування прав пацієнтів у транскордонній охороні здоров'я». Дана Директива дає змогу споживачам однієї з країн ЄС отримувати послуги лікувального туризму на базі гармонізації законодавчих питань, питань обслуговування, а також принципів безпеки та якості даних послуг.

ст.викл. Павлоцький В.Я.

Актуальні зміни в оподаткуванні підприємств туристичної сфери

Конкурентне середовище функціонування вітчизняних підприємств сфери туризму, зокрема, засобів розміщення туристів, формується під впливом низької ринкової консолідації, сезонного характеру та суттєвої залежності попиту від коливань рівню доходів споживачів. Усі вказані фактори зумовлюють високу інтенсивність конкуренції на ринку готельних послуг і, відтак, чутливість суб'єктів господарської діяльності до будь-яких змін у зовнішньому оточенні. Серед складових останнього, політико-правові чинники і, перш за все, податкові інструменти, виправдано розглядаються як такі, що мають пріоритетне значення. Тривалий період податкове законодавство, у частині, що стосується туристичної діяльності, було майже незмінним. Ця ситуація, нажаль, не була слідством ефективного фіскального регулювання, проте, загальний податковий контекст господарювання залишався стабільним. Наприкінці минулого року парламент схвалив внесення коректив до Податкового кодексу України, що, зокрема, торкаються бази нарахування туристичного збору. На теперішній час вітчизняні готельні підприємства повинні рахуватись із змінами у редакції 268 статті ПКУ (регулюючої справляння туристичного збору), що набули чинності з поточного року. Якщо раніше ставка збору, яку встановлюють місцеві ради, складала від 0,5 до 1% вартості проживання у місцях тимчасового розміщення (майже завжди обиралося максимальне значення), то зараз вітчизняні туристи мають сплачувати до 0,5%, а іноземні (в'їзні) – до 5% розміру мінімальної заробітної плати, законодавчо встановленої на 1 січня звітного року, для однієї особи за одну добу тимчасового розміщення. Остаточний розмір ставки збору, у вказаних вище межах, як і раніше, визначають місцеві ради, проте наслідки їх рішення зараз є набагато більш значущими та, навіть, такими що потенційно впливають на конкурентну ситуацію на локальних ринках готельних послуг. Проілюструємо це у табл. 1 на прикладі системи ставок туристичного збору,

встановленої цього року муніципальною владою трьох найбільш популярних серед туристів міст України – Києва, Одеси та Львова.

Принципи за якими визначались параметри туристичного збору цілком відповідають діючій (або, нажаль, реально відсутній) концепції розвитку туризму у відповідних містах. Так, Київська міська влада у главу кута ставить суто фіскальний аспект, сподіваючись значно збільшити надходження від збору, і, відповідно, бюджетні витрати на утримання туристичної інфраструктури. У Львові був обраний принципово інший підхід, який, шляхом диференціації ставки збору, наближає його розмір до минулорічного. Основним пріоритетом при цьому є збільшення завантаження готельних закладів. В Одесі схвалили найбільш простий варіант формування ставки туристичного збору, яка є фіксованою та не залежить ані від вартості розміщення, ані від організаційної форми туризму. На наш погляд, таким чином одеська міська влада відмовилась від одного з реальних важелів місцевої туристичної політики.

Проте, безпосередньо, зміна механізму нарахування туристичного збору суттєво вплинула на ринкові позиції відносно невеликої кількості засобів розміщення – переважно, бюджетних готелів, хостелів, баз відпочинку, у тих регіонах, де ставки збору не залежать від вартості проживання. Справжня проблема лежить в іншій площині. Фактичне підвищення вартості розміщення за рахунок непрямих фіскальних інструментів майже однаково впливає на готельні підприємства, що працюють у стандартному нормативному полі. Але, поза ним залишається велика кількість індивідуальних засобів розміщення – в першу чергу – приватної житлової нерухомості, що використовується для прийому туристів.

Змінити ситуацію, що склалась, можна шляхом внесення змін у податкове законодавство, стосовно туристичного збору (перш за все – суттєво зменшивши кількість необґрунтованих пільг), кардинально змінивши підхід до статистичних спостережень за наданням послуг розміщення.

к.е.н., доцент Назаренко О.В.

Експертний аналіз Інтернет-сайтів тур фірм як метод покращання їх економічної діяльності

При впровадженні Інтернет – сайта турфірми отримують значні переваги: необмежений обсяг отримання інформації економічного, правового, підприємницького, природно – рекреаційного, туристичного характеру; зручне подання рекламного матеріалу та оперативне його оновлення; розширення цільової аудиторії та географії логістичного поширення послуг. Також, це легкість входження й орієнтації та більший доступ до аудиторії потенційних користувачів – приватних осіб, корпоративних клієнтів, компаній; можливість замовлення туру, авіаквитка, бронювання номера в готелі, оренди автомобіля, інших додаткових послуг під час подорожі та дозвілля; реєстрація кількості відвідувачів сайта на основі лічильника. У зв'язку з цим постає проблема, яка пов'язана із якістю інтернет – сайтів. Адже розробкою таких ресурсів частіше займаються спеціалісти сфери IT, які практично не отримували спеціальних економічних знань в сфері економіки: реклами, маркетингу, логістиці тощо

Для проведення аналізу сайтів було застосовано метод експертних оцінок. Метод експертних оцінок — це прадавній науковий метод, який дозволяє отримати об'єктивну оцінку на основі певної сукупності індивідуальних думок експертів.

Слово «експерт» (expertus) у перекладі з латинської мови означає «досвідчений», що, в свою чергу, походить від слова «experire» — досліджувати. Експерт — це особа (спеціаліст), якому довірено висловити думку про якийсь суперечливий чи складний випадок, оскільки людство у складних ситуаціях завжди намагалося врахувати думку висококваліфікованих спеціалістів у різних сферах життєдіяльності.

В основі використання експертних методів лежать глибокі знання спеціалістів та вміння узагальнити свій та світовий досвід досліджень та

розробок по певній проблемі, гіпотеза про наявність у експерта так званої «практичної мудрості», далекоглядності, що стосується певної області знань і практичної діяльності, вміння, що приходить в процесі певних видів діяльності, оцінити достатньо достовірно важливість і значення напрямків дослідження, термінів прояву тієї чи іншої події, важливість того чи іншого параметру, процесу (явища) тощо.

У нашому дослідження, слід зазначити, що експертами (практичними спеціалістами), було визначено осіб, у яких є великий досвід у користуванні різними інтернет – сайтами та інтернет – сайтами турфірм, у яких є досвід туристичних поїздок та досвід спілкування із турфірмами.

Було використано метод аналітичних записок (оцінок), який передбачає ретельну роботи експерта над поставленими запитаннями, що дозволяє використовувати необхідну інформацію для оцінки досліджуваного об'єкта.

Таким чином, в результаті проведеного експертного аналізу було встановлено, що найкращим для користувача виявився сайт турфірми «Жара», другою в рейтингу стала компанія «Ганеж Тур», третьою – «Селезнев Тур» та четвертою – компанія «Алвона».

Експерти окремо зробили зауваження по інтернет – сайтам кожної компанії. Але можливо визначити загальні недоліки: це по-перше – застарілі формати сайтів, які вже певний час не оновлюються згідно останнім тенденціям, по-друге – це перенавантажена головна сторінка сайтів та по-третє – це заплутаність та дублювання інформації на різних сторінках сайтів компаній.

У роботі досліджувалося 20 експертних висновків, які було отримано від різних спеціалістів сфери туризму. Аналіз проводився за наступною схемою: по-перше – «Аналіз головної сторінки», по-друге – «Аналіз навігації», по-третє – «Функціонал».

В дослідженні розглядалися чотири інтернет – сайти турфірм Одеського регіону: «Ганеж тур», «Селезнев тур», «Жара», «Алвона». Результати кожного експертного висновку підлягали аналізу та систематизації.

викл. Єгупова І.М.

Порівняльний аналіз розвитку ресторанного бізнесу в Україні

Однією із найбільш вагомих складових туристичної індустрії є ресторанний бізнес. Він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу у світі, оскільки забезпечує можливість високоліквідного використання капіталу і у той же час характеризується високим ступенем конкурентності. Ресторанні заклади ведуть між собою постійну боротьбу за певні сегменти ринку, за пошук нових та утримання постійних споживачів їх продукції та послуг. Велике значення у боротьбі за виживання на ринку ресторанних послуг має володіння інформацією про його кон'юнктуру та тенденції розвитку.

Основні тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства визначають зміну якості добробуту населення у період зміни економіко-політичного вектору життя країни. Така особливість пов'язана з тим, що діяльність підприємств ресторанного господарства певним чином залежить від купівельної спроможності споживачів, розвитку мереж ресторанного господарства та асортиментної забезпеченості наданими послугами.

У Держкомстаті була проведена «реформа», і тепер обіг ресторанного ринку враховується не у роздрібній торгівлі, а у нефінансових послугах, які демонструють зовсім інші показники. З 2014 року відсутні офіційні статистичні дані відносно чисельності підприємств ресторанного господарства України, обсягів роздрібного товарообороту в цілому та за типами закладів.

На даний час немає жодних офіційних теоретичних узагальнень, досліджень, які б повністю розкривали це питання, окрім публікацій у періодичних виданнях статей вітчизняних професіоналів ресторанної справи та статистичних даних компанії «Ресторанний консалтинг». Вони діляться досвідом подолання кризи 2008 року, аналізують нинішню кризову ситуацію й намагаються скоординувати свої подальші дії за різних можливих обставин.

Ресторанне господарство є специфічною галуззю економіки, яка дуже чутливо реагує на зміну макроекономічних показників. В умовах ринку зміна у

часі параметрів його розвитку може бути своєрідним індикатором соціально-економічного стану у країні. Пов’язане це з тим, щопослуги ресторанного господарства є альтернативою домашньому або «вуличному» харчуванню та іншим формам проведення дозвілля. З ростом добробуту суспільства, зростанням доходів громадян все більша їх кількість звертається до послуг закладів харчування, тим самим вивільняючи час, необхідний для приготування їжі, для роботи та відпочинку. У великих містах, де на подолання відстані між місцями роботи та проживання доводиться витрачати до декількох годин, заклади ресторанного господарства допомагають також організувати раціональне харчування впродовж дня. Вони ж залишаються популярними місцями проведення дозвілля. Натомість, під час економічних криз послуги харчування виявляються у числі перших, від яких відмовляються, заощаджуючи на більш дешевих видах харчування і проведення дозвілля [5].

Якщо в Україні частка витрат на харчування поза домом у загальних витратах на харчування становить 11,5%, то у США - 47%. Окрім того, за оцінками експертів, частка мережевих ресторанів в Україні не перевищує 20%, у той час як у США, де ринок ресторанного господарства більш розвинений, на частку мереж припадає фактично половина усіх діючих ресторанів, кафе і барів.

За останні три роки кількісне скорочення мережі ресторанного господарства у цілому по країні пояснюється цілим комплексом причин. Серед основних слід назвати: стійку тенденцію скорочення чисельності населення; зниження питомої ваги зайнятих у віці від 15 до 70 років; стрімкий відтік робочої сили після встановлення безвізового режиму до країн Євросоюзу, низький рівень якості життя населення; соціально-політичну кризу у країні.

Знизився і розмір середнього чеку закладів: гості стали заощаджувати на дорогому алкоголі, кількості замовлених страв і, навіть, на чайових. У важкій ситуації опинилися власники тих ресторанів, орендна ставка яких була прив’язана до долара або євро - окрім скорочення виручки у них збільшилися і витрати.

к.е.н., доцент Козловський Р.С.

Напрями кластерної політики держави

Питання про ступінь втручання держави у процес кластеризації залишається дискусійним протягом декількох десятиліть. У 1999 році в дослідженні ОЕСР були визначені напрями політики держави, які можна застосовувати на рівні кластерів, щоб реагувати на провали ринку і системні

проблеми. Тоді ж були зроблені три головні висновки про те, якою повинна бути державна кластерна політика:

- кластери не створюються за бажанням держави, а повинні бути результатом дії ринкових чинників;

- державна кластерна політика не повинна бути спрямована на субсидування галузей або підприємств;

- державна кластерна політика повинна уникати прямого втручання і оперувати в основному непрямими інструментами.

Однак, подальші дослідження спростували висновок про те, що кластери створюються ініціативно, виключно «знизу» і заходи кластерної політики повинні носити підтримуючий характер, а не проактивний. Зазначалося, що самоорганізація компаній, університетів та інших структур зустрічається досить рідко, більш розповсюдженою практикою є ініціювання кластерів на державному та регіональному рівнях. Більш того, роль державної кластерної політики постійно зростає.

Дослідження кластерної політики різних країн свідчить про те, що у 85% досліджуваних країн є національні кластерні стратегії або програми. Країни, які активно розроблюють та здійснюють такі кластерні стратегії, - Німеччина, Фінляндія, Данія, Нідерланди, Франція, Італія. Відзначимо, що у рамках ЄС кластерна політика, як правило, реалізується як складова частина інноваційної, промислової або регіональної політики. Приблизно 70% країн відносять кластерну політику до інноваційної, 25% - до регіональної політики.

Кластерний підхід надає органам влади інструментарій ефективної взаємодії з бізнесом, призводить до глибшого розуміння його характерних особливостей і тактичних завдань, дає можливість цілеспрямованого і мотивованого стратегічного планування ресурсів регіону, розвитку територій та підвищення конкурентоспроможності економіки.

При цьому держава виступає як:

- регулятор, який визначає правила взаємодії між усіма елементами кластеру (держава – бізнес – науково-освітні установи);

- гарант збереження і розвитку сприятливих умов для інвестицій, інновацій та розвитку горизонтально орієнтованих мережевих бізнес-спільнот;

- підприємець, тобто безпосередній учасник інноваційних кластерів.

В останні десятиліття все більший розвиток отримує кластерна концепція економічного розвитку і підвищення конкурентоспроможності регіонів. Зростання кількості та якості кластерів у багатьох країнах світу підтверджує життєздатність означеної моделі. Кластерний підхід надає низку переваг (інституційні, інноваційні, підвищення ефективності діяльності), за рахунок яких можливо забезпечити економічне зростання, залучення прямих іноземних інвестицій, вирішення проблеми зайнятості.

Про це свідчить досвід західноєвропейських країн, у яких роль держави у формуванні кластерів в останній час істотно зросла. Напрями та форми державної підтримки відрізняються різноманіттям. Це і пряма фінансова підтримка специфічних проектів; і зниження податкового навантаження; і інвестиції в інфраструктуру регіонів; і освіта, тренінги, маркетинг; і забезпечення мережевої взаємодії з університетами, адміністраціями, фірмами.

Залежно від того, яку роль відіграє держава у розвитку кластерів, розрізняють підтримку повного циклу і фрагментарну підтримку. У першому випадку держава, маючи довгостроковий план розвитку території або галузі діяльності, створює сприятливі умови для компаній, які виступають у ролі потенційних лідерів, локомотивів розвитку кластерів.

к.е.н., доцент Нечєва Н.В.

Існуючі і перспективні кластери туристичної сфери країни

Епоха постіндустріального розвитку суспільних відносин призвела до значного підвищення ролі сфери послуг у житті суспільства. Це відноситься і до туризму, який зараз є фундаментальною основою розвитку економік багатьох країн і регіонів світу. Значно зросла роль туризму як джерела валютних надходжень, у процесі розширення міжнародних зв'язків, в забезпеченості зайнятості населення; збільшився його вплив на ключові галузі економіки - транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство і харчову промисловість, виробництво товарів народного споживання тощо.

При цьому туристичний продукт зазнає значних змін – він трансформується у сферу духовного переживання споживача, у сферу сприйняття туристом культурно-історичного і природно-рекреаційного багатства регіону відвідування. Тому необхідна розробка нових підходів до формування та просування туристичного продукту території з боку всіх зацікавлених сторін.

Кластерну модель організації туризму активно впроваджують такі європейські країни, як Італія, Франція, Норвегія, Греція, Бельгія та інші. Кластерний підхід перетворився в останні роки у ключовий інструмент туристичної політики провідних європейських держав. Однак його практичне застосування для формування ефективного підприємницького середовища, створення туристичної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій ще недостатньо вивчені та оцінені в Україні. Аналіз показує, що кластеризація туристичного бізнесу, як перспективного напряму розвитку економіки України, відбувається повільними темпами, хоча спостерігається позитивна динаміка.

Реалізація кластерної політики сприяє зростанню конкурентоспроможності туристичного бізнесу за рахунок реалізації потенціалу ефективної взаємодії учасників кластера, пов'язаного з їх

географічно близьким розташуванням, включаючи розширення доступу до інновацій, технологій, «ноу-хау», спеціалізованих послуг і висококваліфікованих кадрів, а також завдяки зниженню трансакційних витрат, що забезпечує формування передумов для реалізації спільних коопераційних проектів і продуктивної конкуренції.

Основними ознаками кластера є:

1. Сильні конкурентні позиції на регіональному, національному і (або) міжнародному ринках і (або) високий експортний потенціал учасників кластерів; високий потенціал експорту продукції та послуг.

2. Наявність конкурентних переваг, до яких можуть бути віднесені: вигідне географічне положення, наявність спеціалізованих кадрових ресурсів, наявність субконтракторів, спеціалізованих навчальних закладів та дослідницьких організацій, необхідної інфраструктури та інші чинники.

3. Географічна концентрація і близькість розташування учасників кластера, що забезпечує можливості для їх активної взаємодії.

4. Ефективна взаємодія між учасниками кластера, партнерство підприємств з освітніми та дослідницькими організаціями; практика координації діяльності щодо колективного просування товарів і послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

5. Більш високі показники темпів зростання нових робочих місць, виручки і рентабельності учасників кластера, ніж на підприємствах аналогічних галузей і сфер бізнесу по країні.

6. Частка кластера на ринку відповідної продукції (регіональному, національному, світовому) перевищує середню частку економіки регіону (ВРП) на цьому ринку.

7. Темп зростання продукції кластера перевищує середній темп зростання ВРП.

8. Конкурентоспроможність кластера з урахуванням питомих витрат і якості продукції не поступається конкурентоспроможності відповідних секторів економіки інших країн і регіонів.

к.е.н., доцент Бедрадіна Г.К.

Перспективи формування «Туристичного кластера Вилково»

Проблема Придунайського регіону і майбутнього туристичного кластеру «Вилково» полягає у тому, що туристів потрібно розважати мінімум п’ять – максимум 8-9 діб. І поки що це одна з головних перешкод разом з якістю доріг і відсутність належного рівня комфорту проживання.

Для реалізації задуму необхідно:

- сформувати пул інвесторів, зацікавлених у розвитку проекту;
- подати заявку на отримання гранту ЄС для фінансування;
- капітально відремонтувати шляхи у містах, селах і між ними;
- вирішити проблему централізованого водопостачання та водовідведення, утилізації сміття;
- впровадити у найближчих фермерських господарствах виробництво органічної продукції для забезпечення нею туристів і рекреантів у с. Приморському;
- заручитися підтримкою органів управління і координації.
- знайти кошти на капітальний ремонт будівель у м. Вилкове та Кілія, які мають непрезентабельний вигляд.

Процес кластеризації туристичного бізнесу в Україні триває. Припиняють свою дію одні кластерні утворення, формуються інші об’єднання, в інших регіонах України. Слід зазначити, разом з незаперечними перевагами кластерів, можуть існувати і певні загрози, пов’язані з формуванням таких об’єднань. До таких загроз можна віднести:

- спеціалізація виробництва у рамках кластера може призводити до зниження диверсифікації регіональної економіки, підриваючи її стійкість;

- зниження конкурентного тиску - кооперація може викликати скорочення конкурентного тиску, тобто скорочення рушійної сили інновацій. Інноваційність багато в чому є наслідком зіткнення людей, що володіють

істотно різними знаннями і досвідом. Протилежний підхід породжує групове мислення з переважанням консервативних підходів і стереотипів;

- блокування одиночних підприємств, як імовірність того, що поодинокі підприємства можуть бути більш конкурентоздатними у порівнянні з об'єднаними у кластер.

Таким чином, ми вважаємо, що Україна обрала для себе шлях інтенсивного інноваційного розвитку, де пріоритетне місце займає кластерна модель організації економіки. В умовах глобалізації туристичного ринку кластери можуть стати консолідуючою силою, що направляє підприємства на досягнення максимальної ефективності виробництва і отримання значущих конкурентних переваг, що, в свою чергу, призведе до підвищення конкурентоспроможності країни. Однак, кластери не потрібно розглядати як єдиний дієвий засіб для вирішення гострих проблем структурного характеру. Результати кластеризації у повній мірі проявляються лише через декілька років. Тому регулювання розвитку туристичного бізнесу та окремих територій необхідно здійснювати комплексно, враховуючи особливості організації туристичної діяльності в Україні, спеціалізацію регіонів країни та прийняті довгострокові стратегії розвитку.

Створення об’єднань підприємств у формі кластера є вигідним та має багато переваг, але відсутність спеціального закону щодо кластерів не дає можливості повноцінно регулювати їхню діяльність.

Відмінності кластерів від інших форм об’єднань підприємств:

- діяльність кластерів не визначає спеціальних особливостей його органів управління (на відміну від корпорацій та концернів);
- кластери мають постійний характер діяльності (на відміну від консорціумів);
- кластери створюються не лише з метою постійної координації господарської діяльності підприємств (на відміну від асоціацій);
- кластери тісно взаємодіють із навчальними закладами, органами місцевого самоврядування тощо.

к.е.н., доцент Мартинова Н.С.

Економічні механізми і нормативно-правові механізми стійкого розвитку туризму

1. На даний час головною проблемою стійкого розвитку туризму є брак інструментів реалізації принципів стійкості на практиці. Необхідне ретельно сплановане управління організацією туристичної діяльності, спрямоване на позитивні результати, для досягнення яких важливо вивчення та осмислення зарубіжного досвіду в цій сфері.

Розглядаючи методи державного регулювання стійкого розвитку у зарубіжних країнах, можливо виділити наступні:

Примусові, до яких відносяться: екологічні мита і збори; санкції і заборони; екологічні платежі і штрафи; екологічна сертифікація; екологічний аудит.

Заохочувальні, які включають два напрямки - економічний та соціально-психологічний. Економічний передбачає: пряме бюджетне фінансування (з використанням механізму конкурсів, тендерів для отримання бюджетних коштів; пільгове оподаткування; субсидії, дотації, гранти; відповідна кредитна політика). Соціально-психологічні: правова та інформаційна підтримка підприємств; нагородження спеціальними знаками; маркетингове сприяння (безкоштовна реклама).

2. Створення механізмів, при яких частина фінансових надходжень від екотуризму спрямовувалася б на потреби місцевих поселень.

3. Більшість охороняємих природних територій недооцінюють необхідність участі місцевого населення у розвитку екотуризму, а це могло б стати позитивною можливістю змінити ставлення до цієї природної території, залучити співпраці, отримати підтримку.

4. Для розвитку екологічного туризму важливе значення має також і внутрішній туризм, який на даний час розвинений не в достатній мірі. Причиною цього може бути те, що у засобах масової інформації активно

проводиться реклама виїзного туризму і майже відсутня реклама внутрішнього туризму, за винятком загальновідомих зон туризму та рекреації, таких, як Карпати і морське узбережжя.

Таким чином, розвиток туристичної галузі в цілому та його виду - екологічного туризму – мають в Україні великі перспективи, що обумовлено наявністю відповідного природно-ресурсного потенціалу та багатими національними і культурними традиціями, за умови сприяння на державному рівні шляхом створення відповідного законодавчого забезпечення, формування державної політики, спрямованої на підтримку зазначених напрямків на усіх рівнях та практичною реалізацією дій, необхідних для їх розвитку, у т.ч. враховуючи організаційну та інвестиційну підтримку.

Нормативно-правові механізми. Необхідно розробити на державному рівні чітко встановлені правила діяльності суб'єктів туристичної сфери: туроператорів та турагентів, які продають туристичні послуги споживачу. Вказані правила повинні забезпечувати, насамперед, захист інтересів споживача, гарантуючи отримання ним у повному обсязі оплачених туристичних послуг.

Тут доречно використати зарубіжний досвід, зокрема, Чехії, згідно нормативно-правових актів якої необхідною умовою для можливості здійснення туристичної діяльності турагенством, шляхом отримання відповідної ліцензії, є наявність чинного страхового забезпечення чи банківської гарантії з відповідною сплатою страхових або гарантійних внесків турагенством. Обов'язкове страхування на випадок банкрутства турагенства забезпечує його клієнтам - споживачам туристичних послуг гарантоване державою право на отримання компенсації у випадках, коли агентство виннє в ненаданні повного обсягу туристичних послуг. Для реалізації вказаного механізму зазначений страховий договір може бути укладений турагенством лише з певними страховими компаніями, які уповноважені державним органом, що здійснює ліцензування туристичної діяльності на виконання такого виду страхування.

викл. Ремігайло І.Ю.

Управлінські механізми сталого розвитку туризму (на прикладі країн ЄС)

Стосовно реалізації державної підтримки у туристичній галузі, доцільно говорити про те, що владі України необхідно приділити більше уваги розвитку співпраці з країнами ЄС у сфері туризму. Це дасть можливість просунути вітчизняні туристичні послуги на європейський ринок та підвищити їх конкурентоспроможність, залучитися до міжнародного інформаційного простору, отримати досвід туристичної діяльності успішних підприємств країн ЄС.

Співробітництво України з країнами ЄС надасть можливість підвищити економічну ефективність національної туристичної сфери. Пропонується вирішити так питання, які сприяли б співпраці України з Європейським Союзом у туристичній галузі:

- спростити прикордонні та митні формальності в оформленні документів;
- сприяти підвищенню якості та вдосконаленню туристичних послуг, розробити системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної сфери в Україні, які могли б відповідати міжнародним стандартам та нормам ЄС;
- створити відповідну систему підготовки, перепідготовки, підбору персоналу та підвищення їх кваліфікації шляхом навчання і стажування у країнах Європейського Союзу;
- популяризувати позитивний туристичний імідж України на європейському ринку.

Співпраці України з ЄС у туристичній галузі можуть сприяти міжнародні семінари та наукові конференції з участю іноземних колег, вивчення досвіду організації туристичної діяльності від країн ЄС, розробка інновацій у наданні туристичних послуг, формування відповідних до ЄС стандартів та норм обслуговування туристів. Необхідно налагодити систему обміну досвідом на

постійній основі з відповідними структурами ЄС, адаптувати вітчизняне законодавство у сфері туризму до відповідних норм ЄС, організувати систему сертифікації у туристичній галузі, розробити механізм запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг на українському ринку.

Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки, розвиваючі такі галузі промисловості як: сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок, виробництво товарів широкого вжитку; сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, є вагомим джерелом валютних надходжень та засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни. Взагалі, туризм перерозподіляє ресурси між регіонами та є одним з перспективних напрямків структурної перебудови економіки країни. Окрім прибутку, туризм також є значущим чинником посилення престижу країни на світовому рівні.

На даний час переважає теорія стійкого розвитку, яка відноситься і до туризму. Стійкий туризм – це такий туризм, який задовольняє усі існуючі потреби людей у туризмі, але при цьому розвивається таким чином, щоб забезпечити такими ж можливостями прийдешні покоління. Стійкий туризм включає ресурсозбереженн, як дбайливе ставлення до біорізноманіття, збереження навколишнього середовища, враховує культурні та соціальні відносини, що склалися.

Екологічний туризм розглядається як приклад стійкого туризму, оскільки даний вид туризму реалізує на практиці головні принципи і концепції стійкого розвитку, зокрема, «несуперечливе» природокористування, що не призводить до деградації ресурсів, оскільки для відновлення і охорони останніх використовується частина вигод від розвитку екотуризму. Таким чином, екологічний туризм – це природоорієнований сталий туризм.

Політика ЄС у галузі туризму будується на принципі повної самостійності самих країн–учасниць у питанні вибору вектора розвитку національної індустрії туризму.

Збірник тез

круглого столу

Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції

(Одеса, 5 березня 2021 року)

Електронне видання (авторська редакція)

Відповідальна за випуск: О.Л. Михайлюк

Видавець і виготовлювач

Одеський національний економічний університет

65082, м.Одеса, вул. Преображенська, 8

mail@oneu.edu.ua