

Фактори, які впливають на макросередовище

	Позитивні фактори	Негативні фактори
	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> 1. Давня унікальна історична і культурна спадщина. 2. Неймовірне різноманіття туристичних напрямків (гори, моря, різні санаторії, замки і пам'ятники архітектури тощо). 3. Сприятливе геополітичне положення України. 4. Високий транспортний потенціал. 5. Високий рівень освіти населення. 6. Можливості для розвитку всіх видів туризму. 7. Збільшення конкуренції туристичних операторів. 8. Доступний рівень цін для іноземних туристів 9. Високий рівень окупності вкладеного капіталу в порівнянні з іншими галузями 10. Високий рівень забезпечення різноманітних природних лікувальних ресурсів для розвитку оздоровчої інфраструктури. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низька якість туристичних послуг. 2. Високий рівень тінізації туристичних послуг. 3. Незадовільний стан транспортної інфраструктури країни, низька якість послуг з перевезення. 4. Відсутність загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі. 5. Недосконалість нормативно-правової бази. 6. Відсутність сформованого цілісного бренду України, як привабливого туристичного об'єкта. 7. Недостатня забезпеченість фахівцями з необхідним рівнем кваліфікації у галузі 8. Низький рівень доходів населення 9. Низький рівень фінансово-кредитної, методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки з боку держави 10. Невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам
	Потенційні можливості	Загрози
Зовнішнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток внутрішнього туризму. 2. Розвиток людських ресурсів. 3. Впровадження конкурентоспроможного національного туристичного продукту. 4. Удосконалення державної політики. 5. Впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу. 6. Інвестиційні механізми розвитку туристичної інфраструктури 7. Вдосконалення та розвиток нових напрямків туристичної діяльності (розширення номенклатури послуг). 8. Розвиток деяких сільськогосподарських видів діяльності за рахунок популяризації гастрономічного туризму. 9. Розвиток різних видів туризму: зеленого, молодіжного, дитячого. 10. Розширення міжнародного співробітництва та інтеграція України у світове господарство, шляхом популяризації країни в інших регіонах і континентах. 11. Запровадження виставок, ярмарок, експозицій тощо у туристичній галузі. 12. Посилення уваги держави до туристичної галузі країни. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Пандемія коронавірусу (карантинні обмеження). 2. Нестабільна політична ситуація (події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей). 3. Фінансово-економічна криза. 4. Розвиток туризму в близько розташованих країнах. 5. Можливість виникнення епідеміологічних захворювань. 6. Техногенні катастрофи – зношеність інфраструктури та комунікацій. 7. Демографічна катастрофа. 8. Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту 9. Втрата трудових ресурсів через трудову міграцію 10. Втрата зацікавленості з боку іноземних туристів та інвесторів 11. Відсутність цілісної стратегічно орієнтованої системи державного управління туризмом на національному та регіональному рівнях.

Список використаних джерел:

1. Ключковський О., Ключковська В. Застосування swot-аналізу як базисної умови при формуванні стратегії розвитку туристичної сфери Вінницької області. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Т. 60. № 5. С. 73–78. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_6/21.pdf

2. Лесько О. Й., Руда Л. П., Причепя І. В., Адлер О. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної складової економіки України. *Ефективна економіка*. 2019. №10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7317>. DOI: 10.32702/2307-

кою соціального спрямування незаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного зростання [1, с. 74].

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Г. Кошельок

Здійснюючи підприємницьку діяльність підприємства забезпечують розвиток сучасної економіки країни, формують бюджет різних рівнів. Саме підприємництво формує ефективну систему господарювання, є необхідною умовою досягнення економічного зростання.

Багаторічний досвід усіх без винятку індустріально розвинутих країн з ринковою економі-

кою соціального спрямування незаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного зростання [1, с. 74].

Країни, що демонструють високу ефективність економіки (США, Великобританія, Китай, Швейцарія тощо) підтверджують суттєве значення малого підприємництва. Малий бізнес успішно функціонує в багатьох промислово розвинутих

Кошельок Г.В. – доктор економічних наук, доцент, Одеський національний економічний університет

© Г. Кошельок, 2021

країнах, насамперед завдяки державній підтримці.

Але розвиток підприємництва в Україні визиває суперечливі оцінки експертів. За даними Світового банку, в список входять 190 країн, Україна за рік покращила свою позицію на сім позицій, піднялася з 71 місця та зайняла 64 місце в міжнародному рейтингу легкості ведення бізнесу Doing business-2020 [2]. Позиції України за основними пунктами рейтингу «Doing Business-2020» наведено на рис. 1.



Рис. 1. Позиції України за основними пунктами рейтингу «Doing Business-2020» [2]

В Україні покращилися 5 з 10 ключових показників. Серед ключових реформ називають: «Спрощення отримання дозволів на будівництво», «Спрощення підключення до електромереж», «Спрощення реєстрації власності, відкриття земельних реєстрів», «Захист міноритарних інвесторів», «Скорочення торговельних бар'єрів на кордоні».

За загальними статистичними даними спостерігається позитивна тенденція зростання суб'єктів господарювання за останні роки. Так кількість фізичних осіб-підприємців у 2019 році порівняно з 2012 роком зросла на 26,4 %, проте, як підприємств – на 4,3 %.

Варто зазначити, що самозайняті підприємці є рушійною силою розвитку економіки будь-якої країни, засобом подолання проблем низької платоспроможності та безробіття на території держави [3, с. 134].

Проте варто зауважити, що обсяг реалізованої продукції в Україні за період з 2012-2019 рр.

значно зріс, причому основну частину обсягу продукції реалізують підприємства, а не фізичні особи-підприємці. Така тенденція пов'язана із інфляційними процесами в державі та не може розглядатися як один із визначних показників розвитку підприємництва в країні.

У структурі суб'єктів господарювання в Україні за видами економічної діяльності з кожним роком зростає кількість підприємств оптової та роздрібно-торгівлі та підприємств, що здійснюють інформаційну, телекомунікаційну діяльність, але скорочується кількість будівельних підприємств, підприємств транспорту, підприємств промисловості, підприємств, що здійснювали сільськогосподарську діяльність. Зміна динаміки кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності свідчить про переміни уподобань підприємців щодо сфери діяльності. Тобто останнім часом, наприклад, у торгівлі скорочується кількість підприємств, а у інформаційній та телекомунікаційній сфері – навпаки, збільшується. Але кількість підприємств зовсім не свідчить про скорочення обсягів реалізації продукції такими підприємствами. Наприклад, скорочуючи кількість підприємств, підприємства сфери торгівлі нарощують обсяги реалізації.

Таким чином, можна зазначити, що в країні існують певні проблеми, пов'язані з розвитком підприємництва й держава повинна підтримувати малий і середній бізнес.

Список використаних джерел

1. Кошельок Г.В. Сучасний стан підприємницької діяльності України. *Економічний простір*. 2020. № 163. С.73-80.
2. Doing business-2020. Україна в рейтингу світового банку легкості ведення бізнесу. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/doing-business-2017-ukrayina-v-reytingu-svitovogobanku-legkosti-vedennya-biznesu>. (дата звернення: 01.08.2021).
3. Грінченко Р.В. Тенденції розвитку підприємництва в Україні. *Інтелект XXI*. 2019. №3. С.133-137.

STRATEGIC DIRECTIONS FOR TOURISM SECTOR DEVELOPMENT AT THE REGIONAL LEVEL

A.Levitskaia

Acknowledging of the potential that the sector has in contributing to the promotion of the ethno-

cultural image of the region and to the preservation of culture and national identity, but also to the eco-

Alla Levitskaia – Professor, Dr. (Habil.) Comrat State University, Republic of Moldova

© A.Levitskaia, 2021