МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

До захисту допустити:
Завідувач кафедри
д.е.н., професор Чечель А.О.
_____
«05» січня 2024 р.

«ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ, СПОРТУ, ТУРИЗМУ ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ»

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми
281 Публічне управління та адміністрування
Юдченко Лесі Іванівни
Науковий керівник:
Зелінська Марина Ігорівна, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування
Рецензент:
Чернишов Олександр Юрійович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та бізнес-технологій Національного авіаційного університету

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою_____
Секретар ЕК_____
«___»_____2024 р.

Київ – 2024

МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Рівень вищої освіти _____другий (магістерський)_____
Шифр та назва спеціальності __281 Публічне управління та адміністрування
Освітньо-професійна програма ___Публічне управління та адміністрування_

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувача кафедри д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)
_____ Чечель А.О.
(ПІП завідувача кафедри)

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
Юдченко Леся Іванівна

1. Тема роботи «Забезпечення розвитку культури спорту туризму органами місцевого самоврядування»
керівник роботи Зелінська МІ кандидат політичних наук, доцент

затверджені наказом Маріупольського державного університету від «»___2023 _____р. №__
2. Строк подання здобувачем роботи 1 грудня 2023 року
3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)
Мета обґрунтування теоретичних засад управління розвитком спорту, туризму та культури розробки практичних рекомендацій на рівні територіальних громад.
Об'єкт дослідження - процеси управління сферою спорту,туризму та культури в умовах децентралізації влади в Україні.
Предметом дослідження - теоретико-практичні аспекти управління розвитком культури, спорту та туризму на рівні Вінницької області, як основи місцевого самоврядування .
4.Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретичні аспекти державного регулювання індустрії туризму в України
2) Уточнити основні поняття «функції та дисфункції туризму», «державний та місцевий бюджет», «курортно-рекреаційна сфера», «ліцензування туроператорської діяльність, «туристичний сільський туризм», «туристичний збір», «пільгове кредитування»
3) Аналіз туристичної сфери та розробка механізмів впливів для досягнення мети
4)Розглянути можливості посилення розвитку спорту, культури та туризму на рівні ОТГ
5) Послаблення тиску оподаткування для малого бізнесу в сільській місцевості, що ведуть туристично -спортивний напрямок.
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Зелінська М.І., к.політ.н, доцент	01.09.2023	01.09.2023
2	Зелінська М.І., к.політ.н, доцент	10.09.2023	10.09.2023
3	Зелінська М.І., к.політ.н, доцент	20.09.2023	20.09.2023

6. Дата видачі завдання «01» вересня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1.	Погодження теми кваліфікаційної роботи	01-07.09.2023	
2.	Складання та погодження плану кваліфікаційної роботи	01.09.2023	
3.	Написання Вступу та 1 розділу кваліфікаційної роботи	02-30.09.2023	
4.	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	01-30.10.2023	
5.	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	01-22.11.2023	
6.	Написання Висновків та оформлення списку літератури, додатків	22-26.11.2023	
7.	Подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	30.11.2023	

Здобувач _____ ЛЕСЯ ЮДЧЕНКО
(підпис) (власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Науковий керівник роботи _____ Марина ЗЕЛІНСЬКА
(підпис) (власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

ЗМІСТ

ВСТУП……...3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КУЛЬТУРИ,СПОРТУ ТА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ 7
1.1.Основні функції та сутність культури спорту та туризму ……..…7
1.2. Туристична індустрія, теоретичні питання державного регулювання....14
1.3. Основні механізми регулювання в сфері культури ,спорту та туристичної індустрії ……..…….....24
РОЗДІЛ 2.АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ…….....32
2.1. Аналіз ринку туристичної діяльності …….....32
2.2. Світовий досвід міжнародної туристичної діяльності …….……36
РОЗДІЛ 3.МЕХАНІЗМИ ПОКРАЩЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....46
3.1.Недоліки та перспективи розвитку туристичної галузі…….……46
3.2 Сучасний стан спорту та фізичної культури в умовах децентралізації.....51
3.3 Розвиток культури спорту та туризму на прикладі Вінницької області....58
3.4 Шляхи вдосконалення та регулювання розвитку підприємств туристичного напрямку. … …….....……64
ВИСНОВКИ……...68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….....70
ДОДАТКИ……..72

ВСТУП

Актуальність дослідження. В даний час в Україні зростає інтерес до управління розвитком культури туризму та спорту на рівні територіальних громад, як основи місцевого самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні туризму.

В даний час туризм є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку країни та регіонів зокрема. Він сприяє ефективному використанню природної і культурно-історичної спадщини, прилучення до якого, з одного боку, служить збільшенню культурної грамотності, оздоровленню та відпочинку людей, а з іншого - економічному розвитку кожного регіону, так як туризм передбачає залучення додаткових коштів в економіку регіону.

Культура туризму та спорту є багатогранним поняттям, що представляє комплексну систему взаємопов'язаних галузей, будучи одночасно видом діяльності, формою рекреації, галуззю національної економіки і способом проведення дозвілля.

В Україні культура туризму та спорту ще розвивається. У всіх сферах туристської діяльності, як на державному рівні, так і на регіональному, йде пошук нових форм роботи, розширення сфери пропозиції і поглиблення його спеціалізації, створення нових туристичних комплексів.

Таким чином, проблема впровадження підходів до розвитку особливостей управління розвитком культури,туризму і спорту в Україні з метою підвищення ефективності їх функціонування є надзвичайно актуальною.

Основою кризи у сфері туризму,спорту та культури є по-перше, непрофесійне організаційно-правове та фінансове забезпечення розвитку цих галузей, як органами державної влади, так і органами місцевого самоврядування, а, по-друге, відсторонення територіальної громади від вирішення вищевказаних проблем.

У цьому контексті місцеве самоврядування, яке наближує управління до вирішення нагальних проблем населення, є гарантованим державою правом та реальною здатністю територіальної громади самостійно або під відповідальність

органів та посадових осіб місцевого самоврядування вирішувати питання розвитку культури, спорту та туристичної галузі. Тому дослідження проблеми управління розвитком культури, туризму та спорту територіальної громади як базового елементу місцевого самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні має невідкладну актуальність.

У різних країнах культура,туризм та фізична культура має розвиток як система,яка дає всі великі способи з ознайомлення з історією краю, культурою, та звичаями, релігійними цінностями її народу і приносить фінансово – економічне благополуччя в регіони. Розвиток туризму, культури та спорту на сьогоднішній день значним чинником рівня престижу країни в цілому.

Охоплюючи великий спектр видів економічної діяльності, спорт та туризм є сильною індустрією, що пов'язана із рівнем розвитку як маленьких містечок, міст так і держави в цілому, де вона функціонує. Крім того,розвиток спортивної культурної та туристичної індустрії істотно впливає не лише на економічне, але і на інші сфери життя ,але й на різні сектори економіки,серед яких виробництво товарів,торгівля, транспорт, зв'язок та інші є одним з найбільших перспективних напрямів

Саме тому, туристична та спортивна галузь,як будь-які інші сфери господарської діяльності потребують підтримки з боку органів самоврядування та держави і вміння швидко реагувати на зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування спортивно туристичної сфери.

Саме тому, проблема поглибленого вивчення особливостей регулювання культури, туризму та спорту на місцевих рівнях так і в Україні в цілому є вироблення єдиного підходу до визначення основних напрямів державної політики та сприяння розвитку однієї з найбільш прибуткових галузей господарювання набуває актуальності.

Мета роботи полягає в аналіз теоретичних та практичних аспектів особливостей управління розвитком культури,туризму і спорту в Україні.

Поставлена мета визначила наступні **завдання:**

− дослідити сутність та зміст механізмів забезпечення управління розвитком культури, туризму і спорту в умовах децентралізації;

− розглянути зарубіжний досвід управління розвитком культури,туризму

та спорту;

− визначити інституціональні особливості управління розвитком культури,туризму і спорту в Україні;

− проаналізувати тенденції розвитку фізичної культури та спорту на рівні місцевого самоврядування (на прикладі Вінницької обл);

− визначити механізми залучення громадськості до вирішення проблем розвитку культури, туризму та спорту на рівні місцевого самоврядування;

− розробити пропозиції та рекомендації щодо вдосконалення організаційно-правового та фінансового забезпечення управління розвитком культури, туризму та спорту територіальних громади як основи місцевого самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні.

Об'єкт дослідження – процеси управління сферами культури, туризму та спорту.

Предмет дослідження - теоретико-практичні аспекти управління розвитком культури, туризму та спорту на рівні територіальних громад, як основи місцевого самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні.

Методи дослідження. Як методологічна основа дослідження роботи використані наступні методи: теоретико-методологічний, статистичний і системний аналіз, порівняння, аналогія, класифікація, проєктування та прогнозування.

Інформаційною базою роботи. Інформаційну базу дослідження склали: законодавство України, нормативно – правові акти органів самоврядування.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у розробці аспектів сучасного стану спорту та фізичної культури в умовах децентралізації.

Основні результати дослідження та теоретичні положення, що містяться в ньому можуть бути використані в діяльності державних органів, відповідальних за формування та реалізацію культурної політики в сфері спорту та туризму і цим сприяти розвитку цього напряму нашій країні.

РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КУЛЬТУРИ, СПОРТУ ТА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1 Основні функції та сутність культури,спорту та туризму

Багата культурна спадщина та природна різноманітність ставить Україну на помітне місце у світі серед країн з потенційним зростанням туризму.

Лідируюче місце у світовій економіці займає туризм, будучи в деяких країнах основною статтею національного доходу. Так, за прогнозами аналітиків, у XXI ст. ця галузь буде найперспективнішою сферою світової економіки щодо стійкості темпів розвитку. При розвитку туристичної галузі буде задіяно до 10% усієї робочої сфери. Для характеристики туристичної привабливості регіону можна визначити такі позиції: вигідне геополітичне та географічне положення, отже транспортна доступність не тільки регіону, а й туристичних об'єктів, політична та соціальна стабільність, сприятливі природно-кліматичні умови, історична та культурна спадщина, проведення подій заходів регіонального та всесвітнього значення.

Вигідне геополітичне становище, розвинена транспортна інфраструктура забезпечують високу доступність регіональних туристських ресурсів, що є серйозною конкурентною перевагою у сфері розвитку внутрішнього туризму.

Формування придорожніх туристичних комплексів, окрім існуючого обслуговування, відіграватиме важливу роль в організації внутрішнього туризму та надання інформації про рекреаційні об'єкти для приїжджих, що послужить збільшенню попиту та розвитку культурно-освітніх можливостей регіону.

Рекреаційний потенціал не розвинений повною мірою, що пов’язано з наступними причинами, насамперед це:

- відсутність цілісного підходу до управління туристською галуззю (програми розвитку туристичної сфери різних державних і муніципальних рівнях управління);

- Рівень бюджетного фінансування;

- незадовільний стан більшості туристичних об'єктів, які існують лише у

вигляді ресурсу, та не є повноцінними об'єктами туристського показу (необхідність реконструкції, реставрації об'єктів культурної спадщини, проєктування нових містоутворюючих об'єктів рекреації);

- низький рівень розвитку інфраструктури та сервісу (готелі, організації комунального харчування, пасажирського транспорту, об'єктів придорожнього обслуговування туристів), як наслідок невисока ємність існуючих туристичних об'єктів, відсутність туристичного потоку;

- Відсутність законодавства, що регламентує функціонування регіональної туристичної галузі;

- відсутність привабливих інвестиційних проєктів, низький рівень інвестування в основний капітал у туристичній сфері (необхідність економічного обґрунтування проєктів, демографічного аналізу, екологічного, аналіз існуючих об'єктів рекреаційного значення, коміркова конкурентоспроможність туристичної діяльності регіону);

- слабкий іміджевий поступ як привабливої туристської одиниці.

Для формування міста як цілісної рекреаційної системи необхідне існування наступних підсистем:

1. Підсистема атрактивних об'єктів (пам'ятки архітектури, об'єкти історико-культурної спадщини та містобудування тощо);

2. Підсистема обслуговування туристів (мережа готелів, ресторанів, кафе-барів, придорожніх туристичних комплексів, магазинів туристичної сувенірної продукції та ін.);

3. Підсистема об'єктів дозвілля (виставкові зали, кінотеатри, театри, спортивні комплекси, торгово-розважальні центри, атракціони, аквапарки, зоологічні та ботанічні сади тощо);

4. Підсистема транспортного обслуговування (туристичні автобуси, розвинена система стоянок групового та індивідуального транспорту, пішохідні зони в історичних центрах міста, місця концентрації туристів та ін.);

5. Підсистема інформаційних покажчиків (рекламні, інформаційні щити про туристичні об'єкти, докладна інформація про рух громадського транспорту, що направляють умовні знаки тощо);

Вище викладено основні підсистеми забезпечення рекреаційної діяльності з

погляду містобудівних вимог, які застосовуються до кожного регіону. Але завдання цілісного формування та існування рекреаційної діяльності міст виступає не лише як містобудівна, а насамперед соціальна та економічна, яка має вирішуватись як на загальнодержавному, так і на регіональному та районному рівнях.

Сфера культури, спорту, туризму, будучи галуззю економіки, акумулює потужні фінансові потоки і робить значний внесок у регіональну економіку, сприяючи розвитку регіону. Розвиток індустрії культури, спорту, туризму надає стимулюючий вплив такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів. Україна має колосальний природний і культурно-історичний потенціал, за допомогою якого реально розвивати різні види туризму: екологічний, оздоровчий, екстремальний, бізнес-туризм, морські та річкові круїзи тощо.

Для розвитку туризму як самостійної галузі необхідно мати: спеціалізовану матеріально-технічну базу; специфічні природно-антропогенні ресурси; унікальність наданих послуг та технологію обслуговування; систему керування; кваліфіковані кадри. З економічної точки зору, туризм позитивно впливає на інші галузі народного господарства, стимулює економічний розвиток території, збільшує зайнятість місцевого населення. Соціальний ефект від туризму виявляється у раціоналізації вільного часу населення, розширенні духовних і фізичних здібностей населення.

Функції культури, спорту та туризму визначаються цілями туризму і характером туристичної діяльності:

- відновлювальна - звільнення людини від почуття втоми шляхом зміни обстановки і виду діяльності;

- розвиваюча - надання можливостей для розвитку особистості (розширення кругозору, творчої та організаторської діяльності);

- розважальна - надання відпочиваючим можливості; також відносять знайомство з місцевістю, її жителями, організацію концертів, спортивних та інших заходів, активний відпочинок;

- економічна - проявляється через попит і споживання туристів.

- економічна функція забезпечує відновлення працездатності, зайнятість населення, прибуток; бюджету та раціональне використання вільного часу;

– гуманітарна – використання можливостей туризму для формування всебічно розвиненої особистості: розширення кругозору людини, залучення до духовних та моральних цінностей, накопичення та поглиблення знань; задоволення комунікативної потреби людини – потреби у спілкуванні та обміні інформацією, розвиток дружностей міжнародних та міжнаціональних контактів; виховання підростаючого покоління, розширення обсягу його знань та інтересів, формування смаків, ставлення до суспільства та навколишнього середовища. Деякі фахівці пропонують дещо інший перелік функцій туризму. У цьому його загальна сутність як явища зберігається.

Соціальна сутність туризму сприяє згладжуванню відмінностей та попередження конфліктів у суспільстві, формуванню нових зв'язків між окремими людьми та групами, освіті та підвищенню культурного рівня населення; поширення культурних цінностей.

У найбільш загальному вигляді туристський ринок визначають як упорядковану сукупність взаємодіючих елементів, що утворюють соціально-економічну систему. До таких елементів можна віднести: виробництво туристських послуг, формування туристських потреб, реалізація туристських послуг за допомогою туроператорів та турагентів, а також споживання туристичного продукту.

Виробництво туристських послуг – здійснення ефективних комбінацій, які забезпечують економічний розвиток, як турпідприємства, і турбізнесу загалом. Виробництво турпродукту потребує первинних ресурсів, які в економічній теорії називаються факторами виробництва (праця, капітал, підприємництво).

Вирізняють чотири основні категорії факторів виробництва: природні, культурно-історичні, людські, капітальні. У цьому необхідно враховувати специфіку турпродукту: невловимість, тобто неможливість продемонструвати, побачити чи скуштувати послугу до отримання; нерозривність виробництва та споживання, тобто надати послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення або з'являється клієнт; мінливість, тобто якість туристської послуги залежить від

цього, коли і де її надають; нездатність до зберігання, тобто її не можна складувати, нагромадити.

Об'єктивна необхідність формування комплексу туристських послуг із єдиною метою повного задоволення потреб туристів, своєю чергою, породила економіки туризму особливу роль турорганізаторів на туристському ринку – туроператорів і турагентів.

Культура- це нематеріальний актив нашої країни (історія, спадщина, природа та біорізноманіття)-це необхідний потенціал до стійкості та розвитку економіки. Туризм – це мільярдний сектор галузі багатьох країн, за СОТ на 2023р, 30% світових експортних послуг – це туризм, кожна 11 особа у світі працює в галузі туризму. Щорічно збільшується кількість подорожуючих на 3,3%.

Туризм стимулює нові виробничі процеси, інноваційні технології. Наприклад, туризм ретельно вивчає туристські потоки, враховує очікування туристів, створює комфортні умови для подорожей, забезпечує якісні послуги при проживанні, харчуванні, екскурсійне та інше обслуговування. Для ефективної роботи соціальних інститутів дуже важливо використовувати досвід та знання, отримані туристичною галуззю по роботі з подорожуючими. Для туризму дуже важливо пам'ятати та враховувати принцип збереження існуючих традицій закладів культури, сформовані кількома десятиліттями.

Під інтеграцією культури та туризму мається на увазі взаємозв'язок культури та туризму в певну цілісність, взаємопроникнення, злиття наскільки це можливо.

Культура дає бізнесу (туризму) змістовну частину сутності туризму-культурно-пізнавальну, освітню, природну, екологічну, те, що потрібно людям для пізнання країни, території, народу, традицій тощо.

А туризм дає культурі основи бізнесу: грамотну організацію управлінських процесів, комплексний підхід до просування та створення інформаційних каналів, використання правил ринкової економіки для отримання економічного ефекту задоволення своїх потреб.

Для культури дуже важливо звертати увагу на створення нового продукту, заснованого на традиційній діяльності культури, це:-створення виставок та експозицій з урахуванням сучасної мови сприйняття та інноваційних технологій;

-розробка нових та сучасних підходів у роботі з відвідувачем (Проведення екскурсійної роботи з активним включенням відвідувача; екскурсії з використанням аудіогіду, мобільного гіда);

- робота з індивідуальним туристом;

-Активна робота з інтернет-простором.

Від цієї єдності виграють обидва: культура отримає здатність зберегти, відновити та розвинути національну спадщину, а туризм створює робочі місця, робить свій істотний внесок у добробут країни.

При інтеграції культури у туризм виникає певна форма зв'язків, де культура відповідає за духовну, інтелектуальну частину задоволення потреб туриста, а туризм відповідає за комфорт, логістику та фізіологічну потребу та обидві- за психо-емоційну задоволеність туриста.

При відвідуванні культурних об'єктів та територій туристу надається можливість почуватися бажаним гостем, якого чекають.

При цьому симбіозі, також відбувається комплексний підхід роботи із туристами. У свою чергу, турист, прагне до активного пізнання, до осмислення, до розширення кругозору, стає різносторонньо гармонійно розвиненою особистістю, повноцінно відпочиває: знімає стомлюваність та перенапругу.

1.2 Туристична індустрія:теоретичні питання державного регулювання

Туристська галузь – це сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів санаторно-курортного лікування та відпочинку, об'єктів громадського харчування, об'єктів та засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, лікувально-оздоровчого, фізкультурно-спортивного та іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську та турагентську діяльність, операторів туристських інформаційних систем, а також організацій, що надають послуги екскурсоводів (гідів), гідів-перекладачів та інструкторів-провідників.

В даний час інтеграційні процеси, що передбачають консолідацію окремих структурних елементів та стимулюють зростання економічної та інтелектуальної взаємодії країн, сприяють розвитку туризму. Це очевидно при зверненні до

інтеграційної структури туристичної галузі. Науковці виділяють такі її елементи:

1. Готелі та спеціалізовані засоби розміщення. Основними ознаками, що характеризують готелі, є:

– по-перше, місткість, що визначається кількістю постійних спальних місць у кімнатах, позначених відповідним номером;

– по-друге, надання основних та спеціалізованих послуг готельного господарства (щоденне заправлення ліжок, прибирання номера та санвузла та ін.);

– по-третє, категорія та клас обслуговування, від економ-класу до класу люкс.

Залежно від конкретного обладнання та особливостей послуг у складі готелів розрізняють готелі широкого профілю, готелі квартирного типу, мотелі, придорожні готелі, курортні готелі, клуби з проживанням та ін.

Наступну групу складають заклади, аналогічні готелям, які мають номерний фонд та надають обмежений перелік обов'язкових послуг (включаючи щоденне заправлення ліжок, прибирання номера та санвузла). До них відносяться – пансіони, мебльовані кімнати, туристські гуртожитки тощо.

Спеціалізовані заклади, що надають послуги гостинності, також призначені для обслуговування туристів. Вони не мають номерів. Тут вихідною одиницею може бути житло, колективна спальня, майданчик.

Крім надання послуг розміщення вони виконують інші спеціалізовані функції: оздоровлення, послуги активного відпочинку певної категорії гостей. Наприклад, оздоровчі заклади (оздоровниці, курорти, санаторії, оздоровчі "ферми" та ін.), табори праці та відпочинку, засоби розміщення у громадських видах транспорту (поїзди, судна), конгрес-центри. Інші колективні засоби розміщення включають житло, призначені для відпочинку. Прикладами цієї групи засобів розміщення є готелі квартирного типу, комплекси будинків або бунгало. Ці приміщення мають єдине управління, здаються за плату в оренду, безкоштовно будь-якою особою (особами) або організацією.

Індивідуальні засоби розміщення – це власні житла (квартири, вілли, особняки, котеджі, які використовуються відвідувачами-резидентами, у тому числі й апартаменти таймшера, кімнати, що орендуються у приватних осіб чи

агенцій, приміщення, що надаються безкоштовно родичами чи знайомими). Надаються за плату, в оренду, безкоштовно. Віднесення до тих чи інших засобів розміщення визначається законодавчими актами та нормативними документами кожної країни.

2. Транспортні послуги. Вони поділяються на кілька видів:

– - автобусні перевезення. Автобуси, об'єднані в мережі міжміських та міських маршрутів, перевозять величезну кількість людей. Тому у більшості країн міжміські автобусні перевезення обслуговуються як автобусами, що належать державі, так і незалежним компаніям. Основною привабливою рисою автобусів, порівняно з іншими формами громадського транспорту, тривалий час залишалася їхня низька вартість.

Економічно ефективними є перевезення на відстань до 500 км. Багато автобусів зараз мають високі сидіння, звукоізольовані, мають покращене освітлення і великі вікна для огляду, в деяких встановлені телевізори;

– водний транспорт (круїзи). Кількість круїзів, що діють, значно збільшилася за останнє десятиліття. Деякі з маршрутів належать і здійснюються компаніями США, але більшість із них перебувають у руках європейських компаній. Головними факторами, що впливають на ціну круїзу, є тривалість круїзу, сезон, розташування та розмір каюти, тип корабля;

– авіаперевезення. Повітряні перевізники забезпечують обслуговування як за розкладом, так і поза ним. Більшість авіакомпаній працюють за розкладом, що означає, що кожен виліт і посадка відбувається у певний час.

Авіарейси, що виконуються поза розкладом, звані чартерні, забезпечують повітряні перевезення за нижчими цінами, ніж регулярні. Літаки можуть використовуватись як чартерні спеціально або орендовані на регулярних авіалініях. Деякі літаки спроектовані лише для транспортування пасажирів. Інші - з сидіннями, що віддаляються, широкими дверима і технікою для розвантаження і навантаження, можуть перевозити і пасажирів, і вантажі. Інші спеціально розроблені для перевезення вантажів.

3. Послуги підприємств харчування. Важливою за значимістю послугою є харчування. До основних типів підприємств харчування відносять: ресторан, кафе, бар, буфет, їдальня та ін. Найбільш комфортабельним підприємством

харчування з найширшим асортиментом страв вважається ресторан.

4. Об'єкти пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення. Розваги притаманні заняттям фізичної культури (у штучних водних басейнах та на катках, у спортивних залах та клубах, манежах та ін.), а також відвідуванням спортивно-видовищних підприємств. Залучення до культурних цінностей (у бібліотеках, музеях, на виставках, у всіляких клубних установах тощо) також супроводжується розвагою.

5. Об'єкти та засоби дозвілля та розваг. У туристичних центрах у сезон проводяться цілі цикли взаємопов'язаних заходів гастрольно-видовищної індустрії, виступи відомих артистів, театральних колективів, знаменитих співаків та музикантів.

Процеси розваги здійснюються як у природній, так і штучно створеній обстановці. Індустрія розваг ставить за мету створення умов розваги, тобто сукупності явищ, від яких залежить процес розваги. До індустрії розваг відносяться підприємства (організації, установи), чия основна діяльність пов'язана із задоволенням потреб людини у розвагах. Такими одиницями є підприємства із яскраво вираженим розважальним характером діяльності – тематичні парки, цирки, зоопарки, атракціони, ігротеки, парки відпочинку, пересувні містечка тощо. Різноманітні видовищні підприємства, включаючи стаціонарні та пересувні театри, кінотеатри, ізостудії, концертні організації та колективи (філармонії, оркестри, ансамблі, мюзик-холи, художні та музичні колективи радіомовлення та телебачення та ін.) також забезпечують процеси розваг.

6. Послуги туроператорів та турагентів.

Туроператори виконують провідну роль у туризмі, оскільки саме вони формують туристський продукт – бронюють та оплачують готель, замовляють авіарейс, забезпечують послуги з надання транспорту, екскурсійні послуги тощо. Туристські агентства – це всі підприємства та установи, які купують тури, розроблені туроператором, та займаються їх просуванням та збутом (реалізацією) за агентську винагороду або за націнку до ціни туроператора.

Необхідність у посередниках пояснюється великою територіальною віддаленістю виробників від користувачів послуг (наприклад, відстань між

готелем та відпочиваючим), відсутністю уявлень про ринок (споживач рідко знайомий із пропозиціями країни, в якій він жодного разу не був), необхідністю попереднього бронювання при обмежених потужностях виробника послуг .

Туристські агентства є чисельнішим класом підприємств туристського бізнесу, за своєю чисельністю вони у кілька разів перевищують кількість туроператорів.

Таким чином, туристична галузь є сукупністю підприємств, установ та організацій матеріального виробництва та невиробничої сфери, що забезпечують виробництво, розподіл, обмін та споживання туристського продукту, освоєння та використання туристських ресурсів, та створення матеріально-технічної бази туризму. Будучи складним міжгалузевим народногосподарським комплексом, туристична галузь включає у собі ряд компонентів, сприяють розвитку туристичної діяльності.

В даний час в Україні сформувався комплекс б'єктивних передумов для прискореного розвитку державного регулювання туристичної галузі. З цією метою була затверджена «Стратегія розвитку туристської алузі України до 2030 року.

Таким чином нами було зроблено такі висновки:

1. За новою Стратегією туризм механізмом покращення здоров'я та тривалості життя людей, не лише способом його підтримки.

2. У новій Стратегії згадується також про задоволення отреб людей у враженнях, що є не тільки невід'ємною кладовою відпочинку, а й особистісного зростання, за допомогою міжкультурних омунікацій.

2. Дещо інша інтерпретація з'являється щодо економічної олі. Наприклад, у першому документі туризм є джерелом одаткових доходів для бюджету країни та створення числа робочих місць.

У новій Стратегії основна увага приділяється мультиплікативній ролі. уризму та закріплення його на державному у рівні. Стратегія розвитку уризму. формально закріплює за цією алуззю статус однієї з галузей, які надають найбільший мультиплікативний ефект на економіку, визнаючи, що інвестиції в туристичні складові створюють додану вартість в інших галузях української

економіки».

3. При порівнянні державного регулювання туристичної галузі стає зрозуміло, що Україна більшою мірою орієнтована на зміцнення конкурентних позицій на ринку туризму. Акцент робиться на створення нового конкурентоспроможного турпродукту, який буде актуальним не тільки для громадян України, а й іноземних туристів.

«Стратегія розвитку туризму до 2035 року ставить завдання не лише просування туристського продукту України на внутрішньому та міжнародному ринках, а й активного стимулювання попиту на нього шляхом створення та розвитку спеціальних організаційно-економічних інструментів та механізмів».

Таким чином, ми дійшли до висновку, що згідно з новою Стратегієюоднією з найважливіших завдань є вдосконалення нормативно-правової бази. Однак варто зазначити, що ця зміна повинна функціонувати не лише щодо туристичної галузі в цілому, а й окремих видів туризму залежно від регіону. Одним з ключових показників розвитку та управління індустрії туризму є державне регулювання. Тому без чіткого і повного переліку інструментів та форм регулювання діяльності туристичних організацій на регіональному, муніципальному та державному рівнях, не буде можливості ефективно будувати економічну діяльність у сфері туризму.

Державне регулювання туристичної діяльності є багаторівневою системою, що включає в себе міжнародний, державний, регіональний, муніципальний та місцевий рівні.

В таблиці 1.1. наочно зображено цю систему, з позначенням структурних підрозділів, що входять до кожного рівня. Отже, відмінності в політиці розвитку туристичної діяльності цих рівнів обумовлені насамперед цілями.

Наприклад, на державному рівні – це спосіб досягнення активного платіжного балансу, а на регіональному та місцевому рівнях – це засіб, що сприяє розвитку регіону.

Наступною відмінністю слід відзначити спосіб діяльності. На державному рівні лише видаються вказівки та директиви, а на регіональному та місцевому – виконуються.

Таблиця 1.1.

Зміст управління у сфері туризму на державному, регіональному та місцевому рівнях

Елемент управління	Державний рівень	Регіональний рівень	Місцевий рівень
Суб'єкт Управління	Державні відомства (Міністерство економічного розвитку та торгівлі,, Міністерство транспорту, Міністерство культури та ін)	Регіональні органи влади (адміністрації регіонів, департаменти економічних відомств)	Місцеві органи влади (Місцеві адміністрації муніципальних утворень)
Ціль	Досягнення активного платіжного балансу	Забезпечення регіонального розвитку»	Активізація економічного зростання, залучення інвестицій та створення робочих місць
Задачі	Визначення стратегічних напрямів розвитку туризму, розгортання довгострокових програм та проектів розвитку туризму	Реалізація та моніторинг проектів у сфері туризму, удосконалення системи підготовки та перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичної сфери, вироблення рекомендацій щодо раціонального природокористування та контроль їх використання»	Сприяння розвитку місцевої транспортної та готельної інфраструктури, розробка місцевих планів розвитку туризму, створення місцевої інформаційної бази для розвитку туризму
Функції	Планування та координація сфери туризму, законодавчі функції, маркетинг, фінансування туристичної діяльності	Створення регіональних нормативно-правових актів, спів-дію в просування регіонального турпродукту, створення сприятливого інвестиційного клімату, сприяння кадрового забезпечення»	«Сприяння реалізації туристичних проектів, збереження інтересів учасників ринку туристичних послуг місцевого рівня, регулювання використання місцевих ресурсів, збереження пам'яток»

Відповідно до принципів взаємодоповнюваності та узгодженості державних

та регіональних функцій та завдань, приймаються такі

Способи регулювання промисловості туризму на зазначених рівнях:

1) Загальні питання вирішуються на державному рівні. У них входять: власність, державне оподаткування, контроль за екологічними стандартами, сертифікація послуг, іноземні інвестиції та ін;

2) На регіональному рівні вирішуються питання місцевого оподаткування та платежів до бюджетів усіх рівнів.

Також тут вирішуються питання фінансування інфраструктури, надання пільг користувачам рекреаційних послуг та розробка програм розвитку туризму;

3) На місцевому рівні вирішується також питання місцевого оподаткування та фінансування інфраструктури.

Також питання щодо консультування щодо цінової політики, субсидування туристичних агенцій з місцевих бюджетів, розвиток місцевих проектів, регулювання та комерційне кредитування турагентств та ін.

Управління туризмом у регіонах України, виходячи з цього, доцільно здійснювати відповідно:

1) З регіональною економічною концепцією, яка «передбачає непрямий вплив на туризм як на один із секторів економіки регіону, враховуючи при цьому всі галузі економіки (промисловість, торгівлю, сільське господарство, транспорт та ін.);

2) Регіональною туристичною політикою (у масштабах регіонального управління), яка «спрямована виключно на комплексний розвиток туризму у всіх його проявах»;

3) З політикою розвитку ефективних економічних відносин між органами управління та ринком туристських послуг у регіоні. Метою даних взаємовідносин має стати досягнення соціальних, економічних, демографічних та інших результатів, на основі розвитку ринку туристичних послуг.

Таким чином, регламентування економічної діяльності у сфері туризму в Україні реалізується у наступній хронології:

1. Формулювання першорядних видів туризму українського ринку турпослуг;

2. Визначення основних методів правового регулювання промисловості

туризму;

3. «Розробка та реалізація державних, галузевих, цільових та регіональних планів розвитку туризму»;

4. «Сприяння просуванню туристських товарів на внутрішньому і зовнішньому туристських ринках»;

5. «Захист прав та інтересів туристів, у тому числі забезпечення безпеки туристів, надання екстреної допомоги за необхідності».

В Україні також сформована правова база, що регулює туристичну діяльність. Туристична діяльність – це туроператорська та турагентська діяльність, а також інша діяльність з організації подорожей» .

Цей закон визначає принципи державної політики, спрямованої на формування правових засад єдиного туристичного ринку в України. Також він регулює відносини, які виникають при реалізації права громадян України та іноземних громадян на відпочинок А також визначає порядок раціонального використання туристських ресурсів України.

Тому велике значення розвитку туризму в Україні дозволяють віднести регіон до стратегічних галузей економіки. Економічний вплив туристичної діяльності не може бути обмежено прямими фінансовими результатами, оскільки воно виходить далеко за межі туристичного сектора. Тому сфера туризму потребує безпосередньому регулюванні державою для забезпечення пропорційності у розвитку регіональних та галузевих народногосподарських комплексів, у тому числі в обґрунтуванні політики зайнятості населення, забезпечення зростання доходів державного бюджету та управлінні платіжним балансом країни загалом.

1.3. Основні механізми регулювання в сфері культури, спорту та туристичної індустрії

Сфера культури, спорту та туристичної індустрії як дзеркало відображає зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві, яке перебуває у стані постійно змінних у світі, що пов’язано з трансформацією економічних систем, культурних і соціальних стандартів якості життя громадян.

Глобалізація в цьому процесі виступає як макрофактори перетворень, що сприяє інтенсифікації соціально-стратифікаційних процесів, спрямованих на реалізацію інтересів різних суспільних груп. Інститут культури, спорту та туристичної індустрії у світовій системі грає визначальну роль і прискорює процес соціалізації особистості міжкультурному, соціокомунікативному просторі.

З історичних джерел нам відомо, що подорожі з метою ознайомлення з культурою та природою інших країн існували ще у стародавньому світі.

Починаючи з 330 року до нашої ери, однією з головних цілей походу Олександра Македонського стало відкриття нових земель. Для цього він тримав цілий штат вчених. Східними слов'янами був освоєний великий шлях «з варягів у греки», що з'єднав Чорне та Балтійське моря.

У класичному менеджменті туризму виділяють 4 періоди його розвитку:

1. Попередня фаза – до дев'ятнадцятого століття;

2. Початкова фаза - 18001917 рр.

3. Фаза розвитку та піднесення – 19171990 рр.

4. Фаза розпаду централізованих організаційних структур туризму та створення туристських підприємств різних форм власності - 1990 рік і до теперішнього часу.

Туризм у цьому трактуванні розглядається не як подорож осіб, але як сфера послуг.

Туризм є міждисциплінарним науковим напрямом. Методологією туризму як науки займаються соціологи, економісти, політологи, культурологи, юристи та мистецтвознавці, що породжує множинність його понять та багатогранність кожного з них.

Наукові підходи до появи туризму сприяли появі нових напрямів та феноменів, таких, як соціологія туризму, соціальний туризм, соціальна природа та значимість туризму. Всі ці фактори значні у зв'язку з тим, що у туризмі головне – споживач, сутність потреб якого вивчає соціологія.

Державне управління туризмом знаходить відображення у способах втручання влади у його розвиток. В останні роки в Україні стали приділяти більше уваги розвитку в'їзного туризму. Регулювання туризму з боку державних

органів є багаторівневою системою управління процесом, що включає в себе:

- координацію та сприяння розвитку туризму в глобальному масштабі, що здійснюється за допомогою Всесвітньої туристської організації при участі міжнародних фінансових організацій;

- узгодженість туристської політики на міждержавному рівні, яка досягається через регіональні туристичні організації та спеціальні органи міждержавних об'єднань (наприклад, Європейська спільнота);

- узгодженість щодо літики в галузі туризму на національному та регіональному рівнях, що здійснюється через спеціально створені державні органи та громадські асоціації туристських організацій.

Державне управління споконвіку є об'єктом безлічі наукових праць та напрямів наукової думки.

До завдань державного регулювання сфери культури, спорту, туризму, відносяться такі напрямки:

- прийняття та удосконалення рішень щодо розробки організаційно-економічної, соціальної політики у сфері розвитку туризму;

- Створення умов для вирішення проблем соціального туризму;

- розробка програм розвитку державного та приватних секторів;

- забезпечення ефективного інвестування галузі туризму державним та приватним секторами;

- забезпечення постійного контролю за ходом та напрямом розвитку туризму, враховуючи його перспективність, як в економіці, так і в соціальному житті товариства;

- Контроль над діяльністю приватних туристичних компаній, від діяльності яких залежить розвиток туризму.

За приватним сектором, закріплюється створення туристичних об'єктів та об'єктів інфраструктури туризму – готелі, турагентства, ресторани, комерційні туристичні об'єкти, розвиток об'єктів культурної та духовної спадщини, музеїв та пам'яток і т.д.).

Основні цілі регулювання сфери культури, спорту, туристичної діяльності є:

1) забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування та

інших прав під час подорожей;

2) охорона навколишнього природного середовища;

3) створення умов діяльності, спрямованої на виховання, освіту та оздоровлення туристів;

4) розвиток туристичної індустрії, що забезпечує потреби громадян під час подорожей;

5) створення нових робочих місць;

6) збільшення доходів держави та громадян;

7) розвиток міжнародних контактів;

8) збереження об'єктів туристичного показу, раціональне використання природної та культурної спадщини.

Бізнес культури, спорту та туризму України є невід'ємною складовою світового культурного та спортивно-туристичного бізнесу. Держава проголосила туризм і спорт одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки і культури, визначила основні цілі державного регулювання та пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму.

У нашій країні культура, спорт та туризм має потужний потенціал. Але їх економічна віддача поки що незначна. Розвиток гальмується недосконалістю нормативно-правової бази, а також методичної, організаційної, юридичної та інформаційної підтримки суб'єктів.

Підприємництва в сфері культури, спорту та туризму ; 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 культури, спорту, туризму в областях, містах і селах свідчить про недостатню дієвість та активність господарчої діяльності в сфері культури, спорту та туризму. Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування недостатньо впливають на раціональне використання існуючого культурного, спортивног та туристсько-рекреаційного потенціалу регіонів. До теперішнього часу не визначено механізми, за допомогою яких місцеві органи влади могли б ефективно впливати на

соціально-економічний розвиток .

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.

Виділяють шість груп методів (способів) державного регулювання туризму як галузі економіки:

1. Методи (способи) нормативного державного регулювання у сфері туризму ескурсійного 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) Деякі питання 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 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.

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 культури, спорту та туризму основними джерелами фінансування витрат, пов'язаних з модернізацією і реконструкцією об'єктів туризму, є кошти суб'єктів культурної, спортивної та туристської діяльності, підприємств та установ, організацій, власників культурних, спортивних та рекреаційно-туристичних об'єктів (зокрема на умовах пайової участі), іноземні інвестиції.

З метою залучення іноземних інвестицій в дані сфери бізнесу необхідно створювати спільні спортивні,лікувально-оздоровчі або туристичні підприємства, впроваджувати механізм пільгового кредитування заходів, пов'язаних із розвитком сфери культури, спорту та туризму, активно впроваджувати акціонування, господарювання на умовах оренди, сприяти створенню підприємств малого і середнього бізнесу.

Механізми реалізації державної культурної, спортивної та туристичної політики передбачають розроблення державних і відповідних місцевих програм розвитку, регулювання культурної, спортивної та туристичної діяльності з боку органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Реалізація завдань державної і місцевих програм розвитку культури, спорту та 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, 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 культури, спорту та туризму, не знаходиться на належному рівні.

Підвищення ефективності організаційного механізму державного регулювання сферою культури, спорту та туризму буде стимулювати даний вид діяльності, підсилювати взаємозв'язок культури, спорту та 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.

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 даних сферах . При цьому заходи щодо впровадження цих програм повинні передбачати обов'язковість системи підвищення кваліфікації для працівників, зайнятих вирішенням завдань у сфері культури, спорту та 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 культури, спорту та туризму.

Реалізація зазначених пропозицій щодо удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму дозволить підвищити ефективність державного регулювання даних напрямків, проводити активну регіональну політику у сфері туризму, дасть можливість забезпечити дійову 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.

РОЗДІЛ 2.АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

2.1.Аналіз ринку туристичної діяльності

Туристський ринок є частиною ринку товарів та послуг, призначених для туристів.

Специфікою туристичного ринку є переважання на ньому послуг з реалізації вартості, укладеної у туристичному продукті; організації процесу доведення туристичного продукту до споживача; економічного забезпечення матеріальних стимулів до праці.

Специфіка туристичного ринку полягає в невловимості туристських послуг, на відміну від матеріального виробництва, доставляється у місця туристичного продукту чи окремих його послуг; на туристський попит мають істотний вплив сезонні коливання та нерівномірність туристичного потоку.

Серед основних чинників розвитку туризму у Україні виділяють політичну стабільність та економічне зростання. В даний час за привабливістю пропонованого туристичного продукту Україна стає однією з лідируючих країн, умови нормалізації цін, розвитку інфраструктури та грамотної маркетингової політики всіх рівнів управління промисловості туризму.

На розвиток туризму також впливає зовнішньоекономічна діяльність держав, процеси інтеграції та глобалізації, що відбуваються у всіх галузях світової економіки, що сприяє зростанню ділової активності населення та появі нових видів ділового туризму. Однак, такі явища в економіці, як посилення митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція, стагнація), економічні страйки можуть суттєво стримувати діяльність організацій промисловості туризму.

Щоб уникнути втрати споживачів на туристському ринку, активно використовуються сучасні комп'ютерні технології управління, можливості глобальних комп'ютерних мереж, що дозволяють сформувати туристичний продукт для клієнта короткий проміжок часу з урахуванням різних тарифів та системи заохочення постійних клієнтів, оскільки, як і будь-який інший ринок, туристичний ринок функціонує відповідно до закону попиту та пропозиції.

Попит — це кількість турпродукту, яку туристи готові та можуть купити за

деякою ціною із можливих (протягом певного періоду часу) цін. Між ринковою ціною туристського продукту та тією його кількістю, на яку пред'являється попит, завжди існує певне співвідношення. Висока ціна обмежує попит.

Зменшення ціни, зазвичай, супроводжується зростанням попиту. Реакція попиту, зміна цін залежить від виду турпродукту та соціального шару, до якого належать його споживачі. Окрім цього, на споживчий попит впливають демографічний фактор (чисельність, статево-вікова структура, культурний рівень потенційних споживачів), географічні та кліматичні умови, політика ська та економічна стабільність країни, безпека, психологічні фактори та інші випадкові впливи (погода, конфлікти).

Пропозиція - це сукупність туристичних продуктів з певними цінами, які знаходяться на туристичному ринку та які можуть або мають намір продати виробники-продавці. Пропозиція характеризує економічну ситуацію на туристському ринку з боку виробників-продавців. Існуючий взаємозв'язок між пропозицією та ціною знаходить своє вираження у законі пропозиції, який говорить, що обсяг пропозиції турпродукту збільшується при зростанні ціни та зменшується при її зниженні.

Саме тому в цих умовах сучасного ринку туризму потрібне глибоке вивчення маркетингових заходів та особливостей їх використання українськими туристичними підприємствами.

Маркетинг у туризмі є повним процесом з планування та розроблення туристичних товарів та послуг, продажу, просування товарів та послуг, стимулювання на них попиту та ціноутворення до споживача. Це управлінська діяльність з планування та виконання прийнятих рішень, пов'язаних з виробництвом та продажем з метою задоволення потреб певної групи людей у надання необхідного товару чи послуги за необхідною ціною.

Варто зазначити, що державна туристична політика є однією з основних ланок процесу розвитку будь – якої економіки і залежить від низки взаємодіючих політик, серед яких економічна політика, політика пасажирських перевезень,соціальна політика, територіальна політика, політика культури та політика дозвілля.

Таким чином, державне регулювання у сфері туризму може здійснюватися шляхом дії на розширення ринку туристичних послуг і здійснення відповідної політики .

Скоріше ліцензія для тур агентів стала недорогим вхідним квитком на туристичний ринок України . Сьогодні ліцензування підлягає лише туроператорська діяльність. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність. Таким чином, суб'єкт господарської діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України .

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу та пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг чи вирішення інших ситуацій, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом в установленому порядку. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро, а при наданні послуг виключно з внутрішнього та в'їзного туризму – не менше ніж 10000 євро .

Метою сертифікації товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності є:

- запобігання реалізації товарів, робіт, послуг, небезпечних для життя, здоров'я людей, майна і довкілля;

- сприяння споживачам у свідомому виборі товарів, робіт, послуг;

- забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;

- гармонізація стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів відвідування і туристичних послуг, взаємодії туроператорів, використання обмежених туристичних ресурсів та видів туристичних послуг. Сьогодні внутрішній туризм України переходить на нову систему оподаткування, що може призвести до його знищення. Поправки до податкового кодексу привели до збільшення ПДВ, і в цій ситуації в туристичній компанії є тільки два виходи, щоб

уникнути фінансових втрат: підвищити вартість послуг або піти у тінь. Нововведення в першу чергу стосується туроператорів, які працюють у сфері в'їзного внутрішнього туризму та приваблюють іноземних громадян в Україну.

Система оподаткування України – це сукупність податків і зборів (обов'язкових платежів) до бюджетів та до державних цільових фондів. Залежно від рівня державних структур, які встановлюють податки, вони поділяються на загальнодержавні і місцеві. Загальнодержавні податки встановлюються вищими органами влади, їх стягнення є обов'язковим на всій території України. Вони можуть розділятись таким чином між ланками бюджетної системи: повністю надходити до державного бюджету; повністю надходити до місцевих бюджетів; розподілятись між державним і місцевими бюджетами.

2.2.Світовий досвід міжнародної туристичної діяльності

Отже, своєчасна та всебічна оцінка наслідків міжнародного туризму є дуже важливим фактором для складання такої економічної та туристської політики, яка дозволяла б отримувати максимальну вигоду та запобігати руйнівному впливу туризму.

В останні роки туристи, що виїжджають на відпочинок до країн, традиційно орієнтовані на організацію пляжного відпочинку, стикаються з феноменом "кинутих" готелів. Сучасні на перший погляд будівлі готелів і готельна інфраструктура за фактом є готельними продуктами з життєвим циклом, що завершився з різних причин.

Міжнародний туризм охоплює поїздки за межі країни, що пов'язано з дотриманням певних формальностей (митний, валютний, медичний контроль).

Життєвий цикл світового туризму на перший погляд може бути описаний традиційними етапами життєвого циклу об'єкта комерційної нерухомості, проте при детальному розгляді виявляється специфічність, що виявляється у багатьох аспектах і істотно впливає не тільки на успішність функціонування туризму, але і на його здатність виживати в умовах серйозної конкуренції, не тільки в рамках якогось конкретного курортного регіону або країни, але й у рамках глобальної

пропозиції у цьому сегменті послуг.

В економічній літературі інноваційну діяльність часто пов'язують з впровадженням результатів наукових досліджень і розробок в практику. Проте зміст поняття «інновація» більш широкий. Готельне господарство являє собою галузь економіки, розвиток якої забезпечує значні бюджетні надходження, сприяє підвищенню зайнятості населення, а також зростанню рейтингу держави та її окремих міст у світовому господарстві.

Перед тим як аналізувати проблеми та фактори життєвого циклу світового туризму, необхідно сказати про те, що життєвий цикл туризму безпосередньо пов'язаний з його концепцією, а отже, і маркетинговою стратегією, що враховує весь спектр факторів, що забезпечують стабільне завантаження готелю в період його активної експлуатації При аналізі проблеми, що виникають у період існування світового туризму, а також фактори, що впливають на його успішне функціонування, необхідно поділити на зовнішні та внутрішні.

В основу будь-якої структури управління покладено принцип поділу праці. Даний принцип є об'єктивною умовою створення функціонування підприємства. Використання принципу поділу праці створює можливості для спеціалізації трудової діяльності, раціонального використання ресурсів, підвищення якості та ефективності роботи. У менеджменті розрізняють горизонтальне і вертикальний розподіл праці.

Варіант горизонтального поділу праці характерний для переважної більшості підприємств, крім дуже дрібних. На практиці кількість заступників керівника невеликого за чисельністю підприємства зазвичай скорочено до одного, керівник може працювати взагалі без заступника, або ці функції поєднує менеджер середньої ланки. У свою чергу, вузький спектр діяльності такого підприємства об'єктивно не передбачає наявність у структурі його управління поділу роботи на складові компоненти на одному рівні управління.

Структура поділу праці може бути працездатною лише у разі чіткої координації різних рівнів управління підприємством. Мова йде про злагодженій роботі всього персоналу в рамках відповідних посадових прав і обов'язків. У той час як менеджери різних рівнів визначають цілі роботи, планують виробничий процес, забезпечують його необхідними ресурсами і здійснюють необхідний

контроль за діяльністю підлеглих, останні своєчасно і якісно виконують виробничі завдання.

Цілі - це бажаний стан об'єкта, результат будь-якої діяльності. Правильне формулювання і, відповідно, досягнення поставлених цілей є найважливішим фактором внутрішнього середовища підприємства. Цілі, які воно ставить перед собою, можуть бать найрізноманітнішими. Основною метою готельного підприємства є надання послуг для задоволення потреб споживача та отримання стабільного прибутку.

Завдання вирішуються для досягнення поставлених цілей. У менеджменті розрізняють такі основні завдання: робота з персоналом, робота з предметами і засобами праці, робота з інформацією. Основна і найбільш важке завдання менеджера - робота з персоналом, людьми.

Вплив технології виробництва на управління досить велике. Наприклад, узяти організацію технології роботи покоївок. Якщо кожна покоївка буде дотримуватися чіткої послідовності в прибирання номера, то вона заощадить час на проведення збиральних робіт. Стандартизація спрощує вимоги до працівника. Але одночасно підвищує вимоги до менеджера: потрібна чітка організація виробництва.

Персонал. Говорячи про світовий туризм в цілому, потрібно пам'ятати, що керівники і підлеглі - це люди з індивідуальними особливостями. Людина - центральна фігура в будь-якій організації. Робота персоналу в готелі є складним поєднанням різноманітних чинників, що впливають на результати її діяльності. До таких факторів належать: потенціал людини, здатності до виконання будь-якої конкретної роботи, потреби (фізіологічні та психологічні), сприйняття (люди по-різному сприймають одні й ті ж події), цінності (багатство, влада), вплив колективу (група, маса людей), лідерство.

Перераховані вище елементи внутрішнього середовища перебувають у тісному взаємозв'язку і взаємозалежності. Дійсно, зміна цілей підприємства, наприклад, веде до уточнення завдань, що стоять перед ним, і може спричинити, відповідно, зміна технологічного прочісування, а також структури управління.

Міжнародний туризм є однією з динамічно розвиваючих галузей світової економіки. З кожним роком зростає кількість міжнародних туристичних

прибутків, а разом з ними доходи від промисловості туризму. Туризм забезпечує населення робочими місцями, держава податковими надходженнями до скарбниці, а також підвищує добробут усіх країн, що беруть участь у процесі створення, просуванні та реалізації туристських послуг.

Слід зазначити, що державна туристська політика створює та визначає основні напрямки розвитку, як самого туризму, так і інших галузей економіки, безпосередньо пов'язаних із туріндустрією. Статус та повноваження органів, які здійснюють політику у сфері туристських послуг та їх просування на світовий ринок, у різних країнах не однакові.

Рівень розвитку туризму у різних країнах прямо залежить від проведеної державою політики у сфері туризму. У зв'язку з цим аналіз міжнародного досвіду управління у сфері просування та розвитку туристських послуг є актуальним.

В даний час розрізняють три основні моделі державного управління туристською сферою.

Перша модель передбачає, що в країні відсутній центральний орган державного регулювання туризму. Основна умова для даної моделі полягає в тому, що країна має бути привабливою для іноземних туристів і не потребувати особливої реклами її туристичного продукту на світовому ринку. Першочергове значення при цьому мають розвинена інфраструктура, високий рівень надання банківських, страхових послуг та медичного обслуговування, система забезпечення безпеки туристів.

Така модель передбачає вирішення питань розвитку туризму на місцях, у тому числі різними асоціаціями. Дана модель управління туріндустрією діє в США.

Друга модель базується на тому, що займається питаннями туризму. галузеве міністерство, наділене значними повноваженнями та фінансових ресурсів. Цей підхід ефективний у разі, коли інтереси в'їзного туризму вимагають значних коштів на створення та підтримку на високому рівні національного туристичного продукту та туристської інфраструктури, залучення прямих іноземних інвестицій, підтримки дрібного та середнього бізнесу, забезпечення безпеки іноземних туристів Зазначена модель функціонує в таких країнах, як Туреччина, Болгарія, Єгипет, Малайзія.

Третя модель передбачає, що функції розвитку та державного регулювання туризму покладено на багатогалузеве міністерство. У міністерстві створюється спеціалізований підрозділ, який займається розробкою та вдосконаленням нормативно-правової бази; регулює зв'язки з іншими країнами та міжнародними організаціями з питань розвитку; здійснює координацію міністерств, відомств та регіональних влади з питань розвитку міжнародного туризму; займається просування національного туристичного продукту за кордоном, беручи участь у міжнародних туристичних виставках та ярмарках.

Така модель найбільш поширена в країнах Європи, таких як Іспанія, Нідерланди, Великобританія. Слід зазначити, що механізми взаємодії уповноважених органів, відповідальних за просування та розвитку туризму в кожній країні чудові. Наприклад, організація управління туризмом у Франції є системою, що об'єднує державу, регіони, департаменти, комуни та приватний сектор. За сферу туризму на державному рівні відповідає Міністерству облаштування та транспорту.

У компетенцію цього відомства входять питання професійного навчання, формування взаємовідносин з регіональними комітетами, прогнозування та статистика туризму. В його підпорядкуванні знаходиться державний секретаріат з туризму, виконує функції національної туристичної адміністрації. На міжнародному ринку просуванням образу Франції, як туристичного центру займається група Atout France (Агентство туристичного розвитку Франції), яка створена в результаті злиття «Maison de la France» (Національного дому Франції) та агентства ODIT.

Труднощі в Atout France працюють близько 1300 осіб. До основних напрямів діяльності Агентства туристичного розвитку Франції відноситься: маркетингові дослідження та просування Франції на світовому туристичному ринку, розробка стратегічних засад діяльності у сфері туризму та планування інвестицій у даний сектор економіки, просування інноваційних технологій та розробка заходів щодо підвищення рівня якості туристичного сервісу.

Реалізацією перелічених вище функцій Atout France займаються 35 представництвами компанії за кордоном.

Таким чином, система управління туризму складалася тривалий час і цей

період діє дуже ефективно.

У США туристська політика розробляється та реалізується найбільшою Асоціацією з подорожей та туризму (U.S. Travel Association) у рамках міністерства торгівлі США. У кожному штаті є своя служба, відповідальна за розвиток та просування туризму. Як правило, це Агентство з торгівлі, комерції та туризму.

У містах є спеціальні Бюро з туризму, основною функцією яких є залучення туристів. У цю організацію входять представники влади, транспортних компаній, готельного та ресторанного бізнесу, розважальних та інших закладів. Слід відзначити, що бюджет Бюро з туризму формується за рахунок коштів, збираються містом у вигляді податку, що стягується з мешканців готелів за проживання, а також за рахунок доходів від реклами та членських внесків.

У Китаї розвиток туризму має централізований характер. Управління у сфері туризму здійснює Державне управління з справ туризму Китайської Народної Республіки (ГУТ КНР), підпорядковане безпосередньо Держраді КНР.

Основними функціями є:

розробка керівних принципів, стратегії та планів для розвитку туризму;

підготовка положень, правил та галузевих стандартів, контроль за їх здійсненням;

співробітництво з іншими країнами у сфері туризму, а також організація зовнішньої реклами та створення іміджу Китаю як лідера на міжнародному туристичному ринку.

На регіональному рівні існують окремі програми розвитку туризму з урахуванням специфіки регіонів.

Головною координуючою ланкою у сфері туризму в Іспанії є Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підпорядкованого Міністерству економіки. Також Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму, готельна мережа «Paradores», Іспанський інститут туризму «Turespaca».

Такі важливі функції, як сертифікація послуг, ліцензування, розробка стратегії туріндустрії є прерогативою місцевої влади. За діяльність із залучення іноземних туристів та просування іспанських курортів за кордоном

відповідальним є

Іспанський інститут туризму "Turespaca". Слід зазначити, що на початку 2009 року розпочало роботу Каталонське агентство з туризму. Головним завданням агентства є підвищення ефективності управління туристичною галуззю автономної спільноти.

В Італії уповноваженим органом, який провадить діяльність у туристичній сфері на державному рівні, є Департамент по туризму, що підпорядковується Міністерству виробничої діяльності. Основні функції Департаменту туризму зводяться до розроблення нормативно-правових актів, координації діяльності регіональних адміністрацій з туризму, обробки та дослідження статистичних даних, а також розроблення та підписання міжурядових угод у галузі туризму.

Місцева адміністрація відає питаннями ліцензування туристичної діяльності. Подання

Італії на міжнародному туристичному ринку здійснює Національне Агентство Італії з туризму (ENIT), сфера діяльності якого поділяється на два основні напрямки, а саме, просування всіх видів національної пропозиції у сфері туризму та їх комерціалізація. ENIT підпорядковується Департаменту з туризму та фінансується із держбюджету.

Туризм є однією з найприбутковіших галузей економіки Туреччини. Тому розробкою політики у сфері туризму та контролем над її здійсненням займається головний орган виконавчої влади Рада Міністрів Туреччини.

Уряд Туреччини приділяє особливу увагу фінансовій підтримці туризму, яку здійснює за допомогою цілої системи фінансових важелів. До них належать: надання податкових пільг підприємствам зайнятих у туризмі; фінансування найбільш значних проектів у туріндустрії; виділення бюджетних коштів у маркетинг, рекламу тощо.

Профільною установою є Міністерство культури і туризму, яке було створено у 1965 році та в той час називалися Міністерство туризму. При цьому міністерстві функціонує туристська школа для підготовки кадрів у сфери туризму.

Важливу роль у розвитку Німеччини як туристичного спрямування на міжнародному та на внутрішньому ринках туризму грає спеціальна маркетингова організація - Національний комітет Німеччини з туризму (DZT). DZT був

заснований у 1948 році у Франкфурті-на-Майні і з того часу невпинно сприяє збільшенню туристичного потоку Німеччини..

Сьогодні в організації 30 представництв у всьому світі. Діяльність комітету фінансується та контролюється міністерством економіки та технології. DZT співпрацює з регіональними турагентствами, надаючи їм актуальну інформацію про туристичне ринку країни. Комітет має сайт 28 іноземними мовами, що дає корисну та оновлювану інформацію про Німеччину. Організація розробляє стратегії та проекти для формування позитивного туристського іміджу Німеччини за кордоном та для залучення туристів у країну.

У Великобританії займається сферою туризму Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, якому підпорядковується Управління туризму Великобританії (VisitBritain), безпосередньо координуюча діяльність у просуванні внутрішнього та в'їзного туризму. VisitBritain було засновано в 2003. Поряд з участю в виставках, створенні образу Великобританії за кордоном, Управління по туризму надає консультаційні послуги з питань туризму, організовує семінари та виставки. Управління туризму розробило сайт, який доступний не тільки англійською, але ще на двадцяти мовах.

Слід зазначити, що щороку понад 17 мільйонів іноземних туристів використовують сайт при плануванні подорожі у Велику Британію. Це свідчить про грамотну політику, що проводиться Управлінням. Прагнення малазійського уряду є диференціювати економіку країни, роблячи її менш залежною від експорту товарів та виробництва, що підштовхнуло його до розвитку туризму. За останні роки туріндустрія стала другим великим джерелом твердого припливу валюти в малайзійську економіку.

На початку становлення туристичної галузі в Малайзії функції контролю за виконанням та впровадженням у практику національної стратегії розвитку туризму було віддано спеціальному Комітету при Кабінеті Міністрів з розвитку туризму, де головою був сам Прем'єр-міністр країни. Цей комітет зустрічався раз на квартал на регулярній основі і приймав рішення щодо різних питань, пов'язаних із туризмом. Комітет, відповідальний за туризм, включав до свого складу профільних міністрів, представників туріндустрії та керівництво Національної туристичної компанії Малайзії. Однак у 1989 році було

переформовано на Міністерство туризму Малайзії.

На сьогоднішній день головним державним органом з управління розвитку та координації туризму в країні є Міністерство Туризму та Культури. Урядом в особі вищевказаного міністерства було зроблено ряд важливих кроків по створенню з Малайзії світового туристичного центру в Азії. До них відносяться:

- спрощення візового режиму, що дозволяє громадянам більш ніж зі 120 країн відвідувати Малайзію без візової вимоги з терміном від 2 тижнів до 1 місяця, а для деяких країн термін перебування без віз продовжено до 3 місяців та більше.

- новозбудовані готелі звільняються від усіх видів податків протягом перших 5 років функціонування;

- Поліпшення гостинності, тобто співробітники, зайняті в туристичній галузі, повинні пройти спеціальне навчання та отримати навички гостинності, що дозволить більш доброзичливо спілкуватися туристами, що прибувають до Малайзії.

Слід підкреслити, що якщо Міністерство туризму та культури Малайзії розробляє та приймає державну політику щодо розвитку туризму, то Національна туристська компанія Малайзії відіграє роль головного інспектора з перевірки якості обслуговування у готельному секторі, у сфері транспортних послуг, ресторанного бізнесу та інших секторів обслуговування туристів.

В Україні державні органи виконавчої влади здійснюють державне управління та міжрегіональну координацію, а також реалізацію державної політики у сфері туризму, що постійно змінювалися. За період ринкових перетворень в Україні змінювалися органи виконавчої влади, відповідальні за розвиток туризму. До функцій державного регулювання туристичної галузі відносять: ведення єдиного реєстру туроператорів, здійснення економічного аналізу діяльності підвідомчих державних унітарних підприємств, просування туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристичних ринках, а також організація в установленому порядку туристських конгресів, конференцій, семінарів, виставок.

Таким чином, за способом організації управління у сфері туризму Україну слід зарахувати до третьої моделі, оскільки державне регулювання туристичного

сектора покладено на Міністерство культури, яке курирує одночасно кілька напрямків.

Слід зазначити, що кожна із трьох перерахованих моделей управління у сфері туризму немає жорстких рамок. Вона може варіювати і змінюватись в залежності від поставлених цілей та завдань. Незмінною залишається взаємодія принципів моделей управління туристською сферою з механізмами сталого розвитку та ефективністю функціонування світової туріндустрії.

РОЗДІЛ 3.МЕХАНІЗМИ ПОКРАЩЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

3.1. Недоліки та перспективи розвитку туристичної галузі

Нині туристична індустрія розвинених країн досить на високому рівні розвитку, завдяки ряду факторів, насамперед економічних та історичних. Туристична індустрія країн Європи входить по прибутковості у десятку галузей світової економіки. Вивчення історії розвитку туристичної індустрії в цих країнах дає прекрасну базу та фундамент для розвитку цієї галузі у майбутньому. Протягом усієї історії туристична індустрія відчувала на собі вплив економічних, соціально-культурних, політичних та інших факторів.

Для оцінки та аналізу конкурентоспроможності підприємства у сфері туристичної індустрії розглядають три основні напрямки.

Перший напрямок - оцінка конкурентоспроможності на основі результатів господарської діяльності підприємства, яка може передбачати певну кількість великих інтегрованих показників (частка ринку; обсяг та динаміка збуту; дохід/прибуток за ряд років; кількість освоєних нових послуг та ін.) або розгорнуту систему показників, що розкриває окремі сторони та характеристики конкурентоспроможності та впливаючих на неї факторів, що надає додаткові можливості для обґрунтованого прогнозування конкурентоспроможності підприємства.

Другий напрямок - факторний підхід до аналізу та оцінки конкурентоспроможності, що передбачає не просто виділення певної сукупності показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства (порівняно з конкурентом), а розкриття характеристик цих принципово різних показників як особливих сил (факторів) впливу на конкурентоспроможність.

Кожен фактор має тільки йому властиві можливості, певну силу і напрямок на конкурентоспроможність підприємства, які, проте, змінюються - наприклад, інноваційний чинник, як відомо, має вирішальне значення для туристичного підприємства. У силу сказаного факторний підхід до аналізу та оцінки

конкурентоспроможності видається особливо цінним у тому відношенні, що дозволяє не просто показати конкретні сили впливу на конкурентоспроможність, а й розкрити їхній повний, а не лише фактично задіяний потенціал.

Третій напрямок - облік характеру на конкурентоспроможність намірів, стратегічних програм і планів підприємства міста і ефективності реалізації. Радикальне вирішення проблеми конкурентоспроможності (при суттєвому відставанні цьому від конкурентів) лише на рівні підприємства потребує досить тривалого періоду - від 5 до 10 років і більше. У зв'язку з цим зрозуміла важливість прийнятих стратегічних рішень у сфері конкурентоспроможності і зумовлена цим необхідність аналізу та оцінки прийнятих рішень - власних рішень і конкурентів - і ймовірною мірою їхнього впливу на конкурентоспроможність туристичного підприємства.

Використання стратегічного чинника на вирішення проблеми конкурентоспроможності різними підприємствами передбачає конкуренцію їх стратегій, цілей, засобів і методів досягнення.

Особливе місце у забезпеченні та підтримці конкурентоспроможності послуги займає сервіс - за його відсутності послуги втрачають споживчу цінність (чи її частина), стає неконкурентоспроможним і відкидається споживачем.

Велику роль грає добре налагоджений сервіс:

по-перше, допомагає виготовлювачу формувати перспективний, досить стабільний ринок для своїх товарів;

по-друге, підвищує конкурентоспроможність товару;

по-третє, сам собою є досить прибутковою справою;

по-четверте, - це неодмінна умова високого авторитету (іміджу) товаровиробника.

В даний час прямий вплив на розвиток туристичної індустрії в в світі зробив COVID19. Ще одним фактором, що впливає на розвиток туристичної індустрії, є державна підтримка вітчизняного повітряного та залізничного транспорту за допомогою субсидій з регіональних бюджетів .

Ключові заходи, що вживаються для вирішення проблем в туристичній індустрії для подолання посткризових явищ представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1..

Способи вирішення проблем туристичної індустрії

Вживані заходи	Сутність
Ребрендінг	Ребрендинг компанії сам по собі здатний значно вплинути на прибуток
Агресивна реклама та просування	Базується на застосуванні наполегливих інструментів на клієнтів. У цьому випадку застосовуються технології, які змушують покупців купувати товар.
Оптимізація та зниження витрат	Контроль та оптимізація постійних витрат можливі за умови поділу виробничих витрат
Входження до міжнародних альянсів та франшизні системи	Комплексна форма ділового франчайзингу передбачає довгостроковий характер фінансових та майнових відносин між франчайзором та франчайзі.
Активна дисконтна політика	Зниження тарифів та цін на послуги

Туристична індустрія, маючи успішний досвід існування на ринку не один десяток років, як і будь-яке явище, має переваги та недоліки для галузі загалом.

Переваги туристичної сфери полягають у наступному: постійно висока якість обслуговування в кожному готелі, що входить до мережі; наявність відомої торгової марки у мережі; централізована система бронювання, бухгалтерського обліку, маркетингу. Готелі, що входять до готельної мережі мають на 60% більше середній дохід і на 8% більше завантаження номерного фонду, ніж самостійні готелі.

Проте наявність переваг не закриває ті недоліки, які несуть у собі сфера гостинності: стандартизація призводить до одноманітності, не прийнятному для туристів, які шукають новизну та різноманітність. Відсутність національного колориту, стандартизація готельних послуг відштовхує деяких клієнтів, які бажають чогось нового; процес впровадження нових технологій, методів управління займає досить тривалий час через складність управлінського апарату; корпоративні мережі пригнічують конкурентів, що призводить до уповільнення прогресу у цій сфері бізнесу.

Малі та незалежні готелі часом не витримують конкуренцію у боротьбі за клієнта і змушені залишити ринок; відсутність індивідуального підходу та атмосфери домашнього затишку.

Важливою особливістю сервісної послуги є неможливість її зберігання та накопичення. Також неможливо перевищувати природну місткість номерного фонду при прийомі заявок та заселенні, тоді як незаселені номери та місця об'єктивно призводять до втрати ліжко-місць.

Таким чином, туристична послуга – це організована взаємодія гостя та персоналу туристичного підприємства, що безперервно впливає на гостя протягом усієї своєї тривалості. Цей продукт існує лише протягом перебування гостя, і в цей час постійно йде діалог між гостем та готелем. Отже, готельна послуга у кожному даному випадку має індивідуальний характер. Але є етапи, які невіддільні від процесу, отже, їх можна суворо регламентувати як у часі, так і за якістю.

Важливою особливістю туристичної індустрії, що відрізняє їх насамперед від послуг промисловості, де більшою мірою використовуються машини та автомати, є широка участь людей у виробничому процесі.

Для вирішення цієї проблеми на багатьох туристичних підприємствах розробляються стандарти обслуговування – комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, які мають гарантувати встановлений рівень якості всіх операцій, що здійснюються.

3.2 Сучасний стан спорту та фізичної культури в умовах децентралізації

Основними формами участі держави в розвитку сфери фізичної культури та спорту в більшості країн є прийняття законодавчих актів і участь уряду та місцевих органів влади в розвитку і фінансуванні спорту, будівництві й утриманні спортивних споруд, оздоровчих центрів, спортивних клубів, підготовці спортсменів високого класу та їхньої соціальної захищеності, підготовці кадрів, здійсненні науково-дослідної та інформаційної діяльності. Важливим в дослідженні є використання, як європейського досвіду, так і досвіду політики у сфері фізичної культури і спорту «молодих» держав, яким довелося вирішувати питання формування національних систем фізичного виховання і спорту на етапі становлення державності. Але це не означає повне відокремлення органів державної влади від процесу розвитку сфери фізичної культури у відповідній територіальній громаді. Так, Верховною Радою України у грудні 1993 року прийнято Закон України «Про фізичну культуру і спорт», який є законодавчою базою функціонування всіх підсистем фізичної культури. Крім названого закону, Верховною Радою прийнято ще ряд законів, у яких йдеться про фізичну культуру (про охорону здоров'я, працю, освіту, ін.).

Профільний Комітет ВРУ (на даний час це - Комітет Верховної Ради з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму) вивчає проблеми, бере участь у розробці рішень Ради, організує роботу з їх виконання, здійснює контроль. Сьогодні комітет працює над питанням реформування сфери фізичної культури та спорту в умовах децентралізації, внесенням змін і доповнень в Закон України «Про фізичну культуру і спорт».

Відповідні функції виконують Ради народних депутатів обласного, міського та районного рівнів. Ради народних депутатів, регіональні адміністрації формують склад та керують діяльністю відповідних управлінь з питань фізичної культури та спорту - державних органів спеціальної компетенції. Рішення Рад народних депутатів носять законодавчий характер і є обов'язковими для всіх фізкультурних організацій, що розташовані на їх території. Зміст роботи депутатських комісій визначається планом роботи, у якому враховуються пропозиції депутатів і накази

виборців

Основними формами участі держави в розвитку сфери фізичної культури та спорту в більшості країн є прийняття законодавчих актів і участь уряду та місцевих органів влади в розвитку і фінансуванні спорту, будівництві й утриманні спортивних споруд, оздоровчих центрів, спортивних клубів, підготовці спортсменів високого класу та їхньої соціальної захищеності, підготовці кадрів, здійсненні науково-дослідної та інформаційної діяльності. Важливим в дослідженні є використання, як європейського досвіду, так і досвіду політики у сфері фізичної культури і спорту «молодих» держав, яким довелося вирішувати питання формування національних систем фізичного виховання і спорту на етапі становлення державності.

На нашу думку, в цілому сучасний напрямок політики України в управлінні розвитком фізичної культури та спорту, є вірним, адже він не зважаючи на європейський вектор розвитку країни, на даному перехідному етапі використовує практику обох вказаних вище моделей поводження держави у розвитку даної сфери, поступово здійснюючи відповідні кроки до автономності спорту, децентралізації функцій в управлінні розвитком фізичної культури та спорт

В даному аспекті,важливим є питання удосконалення організаційно-правового та фінансового забезпечення управління фізичною культурою та спортом на рівнях органів місцевого самоврядування, яке б враховувало особливості, менталітет і духовну спадщину, стан та перспективи розвитку цієї сфери й економічні, соціальні можливості конкретної територіальної громади ключовим видом управління в сфері фізичної культури та спорту на рівні територіальної громади, в сучасних умовах децентралізації, має бути місцеве самоврядування.

В розвитку цього напрямку, на нашу думку, нам і потрібно акцентувати роботу для поступового переходу до автономності фізкультурно-спортивної сфери. Але це не означає повне відокремлення органів державної влади від процесу розвитку сфери фізичної культури у відповідній територіальній громаді. Так, Верховною Радою України у грудні 1993 року прийнято Закон України «Про фізичну культуру і спорт», який є законодавчою базою функціонування всіх підсистем фізичної культури.

Крім названого закону, Верховною Радою прийнято ще ряд законів, у яких

йдеться про фізичну культуру (про охорону здоров'я, працю, освіту, ін.). Профільний Комітет ВРУ (на даний час це - Комітет Верховної Ради з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму) вивчає проблеми, бере участь у розробці рішень Ради, організує роботу з їх виконання, здійснює контроль. Сьогодні комітет працює над питанням реформування сфери фізичної культури та спорту в умовах децентралізації, внесенням змін і доповнень в Закон України «Про фізичну культуру і спорт».

Відповідні функції виконують Ради народних депутатів обласного, міського та районного рівнів. Ради народних депутатів, регіональні адміністрації формують склад та керують діяльністю відповідних управлінь з питань фізичної культури та спорту - державних органів спеціальної компетенції. Рішення Рад народних депутатів носять законодавчий характер і є обов'язковими для всіх фізкультурних організацій, що розташовані на їх території. Зміст роботи депутатських комісій визначається планом роботи, у якому враховуються пропозиції депутатів і накази виборців

В усіх регіонах України зараз діють номінально головні управлінські органи з питань розвитку фізичної культури та спорту та забезпечення реалізації державної політики у цій сфері, які є структурними підрозділами обласних державних адміністрацій, є підзвітними і підконтрольними голові обласної державної адміністрації, Міністерству молоді та спорту України Сьогодні, модернізація місцевого самоврядування напряму впливає на управління розвитком фізичної культури та спорту на рівні територіальної

громади, тому саме зараз територіальним громадам дуже важливо глибоко розуміти суть здійснюваної політики для ефективних дій у напрямку задоволення фізкультурно-спортивних потреб громади. Заміна неефективної системи місцевого самоврядування передбачає врахування економічних та демографічних показників, розвитку інфраструктури, історичних традицій населених пунктів тощо

Належне місцеве самоврядування розвитком фізичної культури та спорту в Україні потребує передусім з'ясування сутності його ознак для впровадження та реалізації заходів, які забезпечать належні умови для фізкультурно-спортивного оздоровлення територіальних громад. Головною особливістю системи місцевого

самоврядування в Україні є наявність специфічних суб’єктів місцевого самоврядування - територіальних громад. Аналіз системи місцевого самоврядування надає можливість навести наступні характерні особливості.

Система місцевого самоврядування: є демократичною інституцією з чітко визначеною структурою та механізмом відповідальності перед суспільством; вона наділена правовою, організаційною та фінансово-економічною автономією, функціями та повноваженнями у межах вирішення питань територіальної громади; має чітко визначену структуру, закріплену чинним законодавством.

Враховуючи вищевказане, можливо зробити висновок, що інституціональною особливістю системи місцевого самоврядування розвитком фізичної культури та спорту має бути відповідна система вираження потреб територіальних громад у фізкультурно-спортивному житті громади, яка забезпечується органами державної влади шляхом надання територіальній громаді автономії у вирішенні цих питань.

Водночас органи самоорганізації населення, як суб'єкти місцевого самоврядування можуть мати вплив на процес розвитку фізичної культури та спорту. Наприклад, дворовий майданчик може бути об'єктом впливу органів самоорганізації населення. можна сказати, що використовуючи спеціальні знання про негативні та позитивні інституціональні особливості управління розвитком фізичної культури та спорту можливо на рівні місцевого самоврядування створити ефективне організаційно-правове підґрунтя (базу) для створення належних умов розвитку фізичної культури і спорту в межах проживання територіальної громади.

При цьому важливо, щоб відповідні дії суб’єктів управління на рівні місцевого самоврядування мали не спонтанний, випадковий характер, а відбувалися у формі добре обґрунтованої спортивної політики, ефективним механізмом реалізації якої виступають цільові програми. З позицій застосування програмно-цільового підходу в управлінні розвитком сфери фізичної культури та спорту адміністративно територіальної одиниці найважливішими і визначальними є такі умови: наявність органу управління сферою фізичної культури та спорту; наявність цільової програми розвитку фізичної культури та спорту; взаємодія ОМС в сфері фізичної культури і спорту з громадськими організаціями.

Крім того, відповідно до статті 14 Закону України «Про співробітництво територіальних громад», об’єднана територіальна громада може утворити власний або спільний з кількома іншими ТГ орган управління сферою фізичної культури та спорту чи делегувати відповідні повноваження одному із суб’єктів співробітництва.

Разом з тим, при визначенні функцій та їх розподілі слід уникнути дублювання функцій інших органів влади та місцевого самоврядування держава не повинна втручатися у діяльність суб’єктів сфери спорту, яка стосується правил видів спорту, проведення змагань, дисциплінарної відповідальності в сфері змагальної діяльності, функціонування спортивних споруд. Крім того, головним при проведенні реформи сфери фізичної культури та спорту, є забезпечення сприяння та підтримки її розвитку з боку усіх організації, які знаходяться або здійснюють свої повноваження в межах територіальної громади.

Сьогодні, в умовах децентралізації, з боку органів державної влади та місцевого самоврядування важливі наступні способи такого сприяння та підтримки: фінансова, організаційна; правова; матеріально-технічна; інвестиційна, підтримка цільового використання спортивних споруд.

Аналіз фінансово-економічних показників туристичної діяльності за останні роки свідчить про позитивну динаміку розвитку галузі, зокрема, сума податків та зборів сплачених до місцевих бюджетів суб’єктами господарювання у яких основний вид діяльності «Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг бронювання та пов’язана з цим діяльність» в 2021 році становила 5,6 млн грн та збільшилась в 2,3 рази у порівнянні з 2018 роком (Таб . 3.1)

рік	Сплата податків тис. грн
2018	1829
2019	2945.3
2020	4258.9
2021	5958.5

Таб.1. Сплата податків та зборів до місцевих бюджетів суб’єктами господарювання (фізичні та юридичні особи) за 20182021 роки (тис.грн.)

При цьому, сума надходжень до місцевих бюджетів від туристичного збору за

2021 рік становила 2,6 млн грн, що в 7,4 рази більше ніж в 2018 році (однією з причин зростання є зміни в законодавсті в частині адміністрування даного податку) (таб. 2)

рік	Туристичний збір тис. грн
2018	310.4
2019	394.7
2020	483.8
2021	2593.2

Таб. 2. Туристичний збір за 20182021 роки, тис.грн.

Вид туризму	% розподіл по виду туризму
Культурно- пізнавальний	82.9
Подієвий	9.2
Рекреаційний	5.6
Спортивний та активний	1.1
Зелений	0.6
Релігійний	0.3
Діловий	0.2

Таб. 3. Розподіл видів туризму у Вінницькій області

3.3 Розвиток культури спорту та туризму на прикладі Вінницької області

Найбільш популярними видами туризму на Вінниччині є: культурнопізнавальний, рекреаційний та подієвий (Таб. 3).

Одним із факторів найбільш вагомої частки культурно-пізнавального туризму на Вінниччині є

1.Недостатній розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури та індустрії гостинності області (відсутність нових «туристичних магнітів» на кшталт світло-музичного фонтану, незадовільний стан багатьох об’єктів історико-культурної спадщини, доріг та під’їзних шляхів до об’єктів туристичної відвідуваності, недостатність туристично-інформаційних знаків вздовж основних автомобільних шляхів; недостатня кількість місць короткочасного відпочинку вздовж основних автомобільних шляхів; відсутність сан-вузлів (біотуалетів), відсутність закладів розміщення для туристів різних стандартів (готелів, мотелів, кемпінгів), відсутність сучасних зон відпочинку та неналежний стан санітарних пунктів біля туристичних об’єктів та на території природних парків, недостатня кількість туристичноінформаційних центрів та велосипедних доріжок, неналежний стан

туристичних маршрутів (відсутність знакування та маркування, фотозон; брак обладнаних місць короткочасного відпочинку), низька зацікавленість громад в розвитку туристичної інфраструктури на території області; низька зацікавленість бізнесу в інвестування через невпевненість у відповідних дивідендах.

2.Недостатній рівень обслуговування та якість надання туристичних послуг (недостатній рівень застосування креативних атракцій та індустрій початку пандемії) у розвитку локального туризму, орієнтація їх на зовнішній ринок; низька консолідація всіх учасників ринку туристичних послуг, нерозвинений менеджмент надання послуг, недостатній рівень підготовки фахівців індустрії гостинності та туристичного супроводу, відсутня централізована робота з підвищення науково-методичного рівня екскурсійних заходів та професійної майстерності екскурсоводів (гідів), відсутність програм розвитку туризму та відповідного фінансування на заходи у районних, міських бюджетах та громадах.

3.Недостатнє маркетингове просування туристичного продукту на українському та міжнародному туристичних ринках, а саме: недостатня промоція щодо можливостей, потенціалу області серед іноземних партнерів, відсутність зразків новітніх туристичних інформаційних продуктів мобільних на туристичних об’єктах, низька зацікавленість туристичних підприємств (до
додатків до смартфонів і планшетів «Вінниччина для туристів», низька присутність інформації про регіон у контенті інформаційного простору, нерозуміння громад та потенційних надавачів туристичних послуг (майстрів народних ремесл, крафтових виробників традиційних продуктів) у туристичній диверсифікації власної справи, недостатній рівень просвітницької діяльності та науково-освітнього забезпечення сталого розвитку галузі туризму та діяльності курортів, відсутня сучасна методологія статистичного моніторингу в галузі туризму; не проводяться експертний аналіз зовнішнього середовища, ресурсів, сегментів ринку та соціологічні дослідження ринку туристичних послуг Вінниччини, відсутність брендування територій.

4.Відсутність сталого розвитку внутрішнього та міжнародного туризму (недостатній рівень підтримки проектів, ініціатив та стартапів громадських організацій та інших туристичних об’єднань для подальшого розвитку галузі

туризму та курортів, недостатній рівень фінансування заходів, спрямованих
на розвиток галузі туризму та курортів, з місцевих бюджетів та низький рівень інвестиційних внесків у туристичну сферу, нерозуміння сільських жителів у можливостях агро та зеленого туризму).

З метою створення умов для розвитку якісного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення області, забезпечити комплексний розвиток туристичної сфери передбачає виконання наступних завдань:

- розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури та супутніх послуг для підвищення конкурентоздатності медичного та інших видів туризму;
- формування позитивного іміджу регіону як місця надання якісних туристичних послуг (оздоровчих, лікувальних та інших);
-збільшення кількості туристів і екскурсантів;
- створення сучасних туристичних продуктів
- зростання обсягів туристичних послуг і надходжень до бюджетів всіх рівнів
-зростання зайнятості населення в туризмі та супутніх галузях економіки;
- підвищення професійного рівня працівників туристично-рекреаційної сфери
- розвиток передумов для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій;
- активізація міжнародного співробітництва;
- реалізація проектів у сфері туризму і курортів;
- промоція туристичного потенціалу регіону.

Реалізація даних заходів дасть змогу розвинути існуючу туристичну інфраструктуру Вінницької області, забезпечити комплексний розвиток туристичної галузі та сприятиме диверсифікації регіонального туристичного продукту, підвищенню якості послуг, залученню інвестицій у туристичну галузь області.

Діяльність у сфері фізичної культури в Україні регулюється відповідними Законами – основним для галузі є Закон «Про фізичну культуру і спорт», підзаконними актами: Укази Президента України «Про державну підтримку розвитку фізичної культури і спорту в Україні», «Про додаткові заходи щодо державної підтримки розвитку фізичної культури і спорту в Україні», «Про пріоритети розвитку фізичної культури і спорту в Україні» тощо, Конвенція ООН

“Про права дитини”; Постанови Кабінету Міністрів про підготовку спортсменів до Ігор Олімпіад та зимових Олімпійських ігор тощо; Державна Програма розвитку фізичної культури і спорту в Україні; Програма розвитку фізичної культури і спорту у Вінницькій області; Концепція інтегрованого розвитку м. Вінниці 2030 тощо

Популяризація здорового способу життя серед мешканців Вінницької міської територіальної громади

1. подолання стану байдужості до власного здоров'я, реалізація дитячої і молодіжної політики у сфері фізичної культури і спорту шляхом створення умов для розвитку регулярної рухової активності різних верств населення з урахуванням інтересів, побажань, здібностей та індивідуальних особливостей кожного, облаштування велосипедних доріжок, спортивних споруд та інших місць для активного дозвілля населення, проведення акцій, реалізації перспективних проєктів, «майстер – класів» тощо із залученням максимальної кількості населення, взаємодії з громадськими організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості та іншими суб'єктами сфери фізичної культури і спорту.

2.Забезпечення розвитку дитячого, дитячо-юнацького та резервного спорту для подальшого залучення їх до системи резервного спорту та підтримання закладів фізичної культури і спорту, зокрема дитячо-юнацьких спортивних шкіл, залучення до навчально-тренувального процесу провідних тренерів, здійснення заходів заохочення.

3. Військово-патріотичне виховання.

4. Забезпечення розвитку спорту вищих досягнень шляхом підтримання та розвитку олімпійського, паралімпійського та дефлімпійського руху, неолімпійських видів спорту з врахуванням пріоритетності видів спорту: олімпійські види: баскетбол, бокс, боротьба греко-римська, велосипедний спорт, веслувальний слалом, веслування на байдарках і каное, волейбол, легка атлетика, стрільба кульова, футбол, хокей на траві; неолімпійські види: автомобільний спорт, авіамодельний спорт, боротьба самбо, боротьба сумо, радіоспорт, спортивна акробатика, пауерліфтинг, футзал, шахи, шашки, таеквон-до; здійснення заходів заохочення

5. Забезпечення розвитку фізичної культури та спорту осіб з інвалідністю – проведення акцій з популяризації, реалізація проектів «Спорт розвиває людину – ми віримо в спорт», «Здоровий духом», забезпечення підготовки та участі у заходах різних рівнів, здійснення заходів заохочення.

6. Забезпечення розвитку спорту ветеранів – здійснення підготовки та участі у заходах та змаганнях ветеранів різних рівнів, здійснення заходів заохочення.

7. Матеріально-технічне та фінансове забезпечення сфери фізичної культури і спорту шляхом розвитку матеріально-технічної бази спорту та вжиття заходівдо залучення інвестицій на зазначену мету, поступового оновлення спортивної матеріально-технічної бази закладів фізичної культури і спорту, зокрема дитячо-юнацьких спортивних шкіл і закладів загальної середньої освіти; будівництва спортивних споруд, реконструкції та модернізації діючих.

8. Інформаційне забезпечення сфери фізичної культури і спорту за рахунок широкого впровадження соціальної реклами різних аспектів здорового способу життя в усіх засобах масової інформації

Ключовими потребами у проведенні робіт з оптимізації спортивної інфраструктури є :

1. Продовження роботи із забудови та реконструкції спортивних комплексів, майданчиків зі штучним покриттям з тренажерами на відкритому повітрі, багатофункціональних майданчиків для ігрових видів спорту на території Вінниці та приєднаних територій.

2. Розробка концепції розвитку Центрального міського стадіону як основної спортивної споруди міста.

3. Будівництво багатофункціонального Палацу спорту (ігрові види спорту, штучна ковзанка, басейн).

4. Будівництво спортивних комплексів з легких конструкцій.

5. Облаштування спортивних локацій у паркових зонах. 6. Забудова льодової ковзанки.

7. Облаштування спортивної інфраструктури для водних видів спорту вздовж річки Південний Буг, Вишенського озера, інших водних об’єктів, модернізація існуючих, створення нових.

8. Облаштування «Алеї спорту».

9. Створення сучасного аквапарку.

10. Облаштування відкритих басейнів для дітей і дорослих поблизу міських водойм.

11. Створення зимового об'єкту спорту – лижного спуску.

12. Забудова комплексу для технічних видів спорту (автомобільного, мотоциклетного, авіамодельного).

Розвиток мережі велодоріжок при наявності широких міжнародних зв'язків може набрати ще більшого темпу при залученні коштів з міжнародних проектів і сприятиме покращенню загального фізичного стану вінничан, збільшення їх мотивації до занять спортом.

3.4 Шляхи вдосконалення та регулювання розвитку туристичного напрямку

Основні цілі та завданням у сфері культури є:

1 Забезпечення реалізації державної політики в галузі культури та молоді на території громади, формування і розвиток сучасної інфраструктури галузі.

2 Забезпечення реалізації державної політики у сфері культури, з питань охорони культурної спадщини, національної музейної політики, молоді у сфері міжнаціональних відносин, сприяння консолідації та розвитку української нації, забезпечення прав національних меншин та права на свободу світогляду і віросповідання.

3 Впровадження в діяльність установ культури новітніх інформаційних технологій, удосконалення якості послуг.

4 Розвиток і підтримка талановитої молоді та обдарованих дітей.

5 Поліпшення умов творчої діяльності та побуту працівників культури.

6 Реалізація державної політики в галузі культури та молоді з урахуванням особливостей соціокультурного середовища територіальні громади ,селища,міста .

7 Здійснення відповідно до законодавства державного управління і контролю у сфері культури, мистецької освіти, музейної та бібліотечної справи, щодо прав національних меншин, свободи світогляду і віросповідання.

8 Створення умов для реалізації прав громадян на свободу художньої

творчості, вільного розвитку культурно-мистецьких процесів, забезпечення якості та доступності всіх видів культурних послуг та культурної діяльності для кожного громадянина.

9 Аналіз стану культури та молоді в місті чи селищі, розробка проєктів цільових програм та прогнозів розвитку мережі закладів культури міста, комплексного вирішення проблем галузі.

10 Організація навчально-методичного, кадрового забезпечення установ культури.

11 Захист відповідно до законодавства прав і законних інтересів творчих працівників та підпорядкованих установ.

12 Створення умов для задоволення національно-культурних і мовних потреб представників національно - етнічних меншин, які проживають в місті, розвитку міжнародного культурного співробітництва.

Державні дотації для суб'єктів туристичної діяльності в країнах ЄС можуть виявлятися в різних формах. Серед основних видів державних інвестицій виділимо наступні: - зниження ціни інвестиції в туристичні проекти, що враховує позики за вигідними процентними ставками (уряд відшкодовує різницю між фіксованою процентною ставкою й ринковою); - продаж, оренду землі або інфраструктури за ціною нижче ринкової; - податкові пільги, захист від подвійного оподаткування завдяки укладанню угод з іншими країнами; - зниження мита, прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів. Уряд гарантує надання позики або репатріацію капіталу та прибутку, стежить за тим, щоб зазначені види заохочень були використані за призначенням та проекти відповідали цілям, на які були виділені гроші.

Розмір державних інвестицій у туризм залежить від важливості зазначеного сектору для економіки країни, а вкладення міжнародних фінансових інститутів – від гарантій, що надаються урядом конкретних країн по кредитах, від репутації самої країни на міжнародному туристичному ринку та від грамотності бізнес-планів, складених урядом країни для одержання фінансових ресурсів. В Україні бюджетні асигнування на туризм є нестабільними й негарантованими. Тому, в сучасних умовах держава має зробити акцент на здійснення регулюючої та

стимулюючої функцію на механізми непрямої підтримки. Нестабільність політичної та економічної ситуації в Україні, ризикованість довгострокових вкладень визначають пасивний характер інвестиційної діяльності, як приватного , так й акціонерного капіталу, що зумовлює необхідність пошуку нового механізму стимулювання інвестицій у розвиток туризму. Сьогодні існуюча статистична звітність щодо сфери туризму, особливо на регіональному рівні, не є джерелом достовірної економічної та маркетингової інформації, що негативно позначається на якості прийнятих управлінських рішень на всіх рівнях управління економікою. Важливим засобом економічного стимулювання господарської діяльності та залучення інвестицій є удосконалення податкової політики у сфері туризму, зокрема у напрямах: спрощення обчислювальної бази оподаткування;

– диференціації принципів оподаткування за видами туризму;

– зниження податкового тиску на туристичні фірми;

– визначення початкових сум, що не обкладаються податками

З розглянутих позицій вважаю за доцільне впровадити ряд нових податкових пільг, зокрема: звільнити від оподаткування суму прибутку, накопиченої за певний період часу, з метою подальшого розвитку сфери діяльності; звільнити від податку на прибуток недержавні юридичні особи, які спрямовують частину прибутку до фонду підтримки підприємництва та аналогічні державні фонди; звільнити від податку на доходи фізичні особи, які спрямовують свої доходи на такі самі цілі; надавати пільги у оподаткуванні доходів комерційних банків, що надають кредити на розвиток особливо важливих для регіону підприємств сфери туризму.

У сфері індустрії гостинності та туризму інноваційна діяльність у світі розвивається за такими трьома ключовими напрямами:

- впровадження процесних інновацій, пов'язаних з модернізацією структури управління підприємством туристичної сфери, куди входять організаційні інновації, укрупнення бізнес-одиниць, злиття та поглинання інших суб'єктів ринку; підвищення кваліфікації, навчання та мотивація працівників;

- раціональний підхід до організації комерційної, маркетингової та фінансово-управлінської діяльності за рахунок використання останніх методик

обліку та звітності, що забезпечують гарантії сталого становища та розвитку підприємства, у тому числі із застосуванням сучасних IT та комунікаційних технологій;

– інновації у сфері маркетингу, що дозволяють удосконалювати реагування на зміну потреб цільових споживачів, застосовувати нові форми та методи просування туристичних послуг та впроваджувати інші інновації в сфери всього комплексу маркетингу послуг;

– продуктові інновації, спрямовані на розробку нових туристичних продуктів.

Сутність сфери гостинності полягає у діяльності суб'єктів ресторанної та готельної сфер і, пов'язана зі створенням та реалізацією ресторанно-готельних послуг та задоволення потреб клієнтів, спрямовану на отримання прибутку.

Підприємства у сфері гостинності бізнесу є складовою індустрії туризму, результатом діяльності яких є продукт – послуги гостинності. Така особливість зумовлює перетворення організації та управління закладом у складний процес з погляду забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення та планування, який безпосередньо впливає на побудову системи управлінського обліку та внутрішнього контролю.

Економічне зростання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу у світі стримується низкою причин. Це і економічна криза, і недоліки у діяльності фінансово-банківської системи, обмеження платоспроможності населення, недосконала податкова система.

Недоліком також є відсутність інструкцій та методичних рекомендацій, які були б логічно взаємопов'язані та не суперечили один одному.

Крім цього, потрібно враховувати відсутність необхідної інфраструктури, що відповідають сервісним послугам, що у свою чергу, відбивається на рівні якості обслуговування споживачів таких послуг.

Незважаючи на виникнення пандемії COVID19 та наступні проблеми, зберігається схильність до розвитку, оскільки дана ніша завжди була привабливою для створення бізнесу.

В даний час індустрія гостинності є важливою складовою туристичного бізнесу. Індустрію гостинності становлять різні засоби індивідуального та

колективного розміщення – готелі, санаторії, молодіжні гуртожитки тощо. Також індустрія гостинності включає у собі надання послуг, організацію розміщення у готелях, мотелях, кемпінгах та в інших засобах переміщення за винагороду, заклади громадського харчування.

На розвиток туристичного ринку впливають багато факторів: політичне та соціально-економічне становище в країні, міжнародні події, клімат, історичні та культурні цінності, потенційна небезпека для життя та здоров'я людини.

Становлення загальносвітової індустрії гостинності супроводжується потужними процесами транснаціоналізації, що знаходять вираження у міжнародному переплетенні приватних капіталів, посиленні зв'язків між монополіями різних країн та у широкому розвитку транснаціональних компаній у сфері туристичного бізнесу.

Багато підприємств гостинності, об'єднуючись у великі господарські комплекси, долають рамки окремих держав і тягнуть у себе ламку національних бар'єрів.

За короткий часовий інтервал вони перетворилися на помітне явище міжнародного життя і, наче нитки, обплутали світовий простір. Ці нові економічні рівні що відповідають вищому рівню концентрації та централізації виробництва та капіталу, сприяють затвердженню та поширенню міжнародних стандартів обслуговування.

Відштовхуючись від впливу чинників, можна назвати такі проблеми. Проблеми сучасної індустрії гостинності представлені таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Проблеми сучасної індустрії гостинності

Проблема	Сутність
Нестача кваліфікованих кадрів	Залучення некваліфікованих працівників до праці у галузі
Нестача готелів середнього класу	Дефіцит для представників середнього класу

Недосконале законодавство щодо регулювання ринку готельних та ресторанних послуг.	Спрощення законодавчих процедур реєстрації, оформлення готелів має залучити у галузь капітал зарубіжних інвесторів та подальше розширення мережі готельних номерів, розширення спектру послуг, що надаються
Наслідки пандемії	Необхідність у короткий термін трансформувати внутрішні процеси для того, щоб залишитися на ринку

Таким чином, йде посилене формування інноваційного маркетингового потенціалу в цілому, інноваційна діяльність у сфері гостинності та туризму спрямована на розробку продуктових інновацій та зміну вже пропонованих на ринку туристичних продуктів, на вдосконалення трансфертної логістики, готельних, розважально-екскурсійних послуг громадського харчування та інших, а також вивчення, освоєння та розвиток нових ринків та туристичних напрямків, використання у просуванні туристичних продуктів останніх телекомунікаційних та інформаційних технологій.

ВИСНОВКИ

1. Отже, що важливим у побудові локальної системи туристичної галузі та фізкультурно-спортивної галузі є стратегічне планування, що скероване на позитивний результат методом дотримання певних правил, здійснення і впровадження комплексу методів структурно-організаційної, науково-інноваційної, маркетингової, економічної, фінансової, соціальної спрямованості. Основними напрямками планування органами місцевого самоврядування побудови місцевої системи туризму, фізичної культури та спорту.

2. Відомо, що однією з характерних особливостей місцевого самоврядування в розвитку культури, туризму та спорту є те, що воно діє як певна система або той організаційно-правовий механізм завдяки якому територіальні громади безпосередньо і через органи місцевого самоврядування здійснюють функції і повноваження місцевого самоврядування у даних сферах . При дослідженні суб’єктів місцевого самоврядування визначено різний її склад і функції щодо управління розвитком туристичного, культурного напрямків та фізичної культури . Відмічено, що важливою особливістю управління на рівні місцевого самоврядування є можливість громадських інституцій спортивного профілю з метою захисту прав та інтересів територіальних громад в розвитку фізичної культури і спорту об’єднуватися в асоціації та їх добровільні об'єднання.

3. Проаналізовано тенденції розвитку мережі закладів галузі фізичної культури та спорту, що функціонують на території Вінницької області . Основні проблеми розвитку в галузі туризму є нюанси які не дозволяють ефективно розвивати даний напрямок, це і концепція розвитку туристичної інфраструктури для людей з особливими потребами,важливе місце у відношенні туристичних ресурсів потрібно віднести стягнення платежів за екологічні послуги .З метою збереження навколишнього середовища обов’язково впровадити заходи екологічного контролю та страхування. Повільний розвиток в фізичній культурі та спорту є - недофінансування; недостатня матеріально-технічна база в загальноосвітніх закладах, аварійний стан спортивних комплексів у сільській місцевості; велика кількість дітей загальноосвітніх закладів відноситься до підготовчої та

спеціальної медичної групи, однак не мають можливості отримати належну допомогу у лікувально-профілактичній фізкультурі; дефіцит кваліфікованих кадрів у зв'язку із непривабливістю праці у сільській місцевості, в містах теж є ряд проблем, але не таких явних як в сільській місцевості.

4. Доведено, що аналіз інших країн управління розвитком туризму, фізичної культури та спорту вказує на дуже велику роль муніципальних органів держав Європейського Союзу. Левова доля фінансування спорту здійснюється за рахунок позабюджетних джерел (благодійна діяльність, меценатство, грантові програми). Визначено, що в управлінській діяльності муніципалітетів розвинутих країн ЄС головним є постійний пошук нових ефективних форм співпраці зі громадою. Досвід зарубіжних країн вказує на позитивну тенденцію розвитку туризму та спорту в умовах наділення більших повноважень та ресурсів органам місцевого самоврядування. Такий позитивний досвід вкрай необхідно враховувати та застосовувати в розвиток культури, туризму, фізичної культури і спорту нашої країни

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Туризм в Україні: виклики та відновлення [Електронний ресурс] : Зб. матеріалів Міжнародного туристичного форуму, Київський національний економічний університеті імені Вадима Гетьмана, м. Київ, 21–22 березня 2023 року. К. : КНЕУ, 2023. 337 с.

Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання восьме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. – Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2022. – 408 с.

Тонкошкур М.В. Оцінка впливу окремих норм законодавства на практичну діяльність у сфері туризму. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2021. Випуск 35. С. 59–64.

To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID19.

Analysys. World Travel & Tourism Council (WTTC): вебсайт. URL: https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond (дата звернення: 01.11.2021).

У сфері туризму більше половини робочих місць можуть зникнути. Економічна правда: вебсайт. URL: https://www. epravda.com.ua/news/2020/10/31/666801 (дата звернення: 01.12.2021).

Пандемія COVID19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). Національна туристична організація України. 23.12.2021. URL: http://www. ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf

Плотнікова М.Ф. Якобчук В.П. та ін. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №3. С. 102–112.

Державна служба статистики. Офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 25.01.2022).

Плотнікова М.Ф., Мартинчук І.В. Зелений туризм як механізм

багатофункціонального розвитку. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 1 (12). URL: http://http://easterneurope_ebm.in.ua/12_2018_ukr (дата звернення: 15.01.2022).

Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Пікуліна О.В., Реукова А.О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Агросвіт. 2022. № 3. С. 49–56.

Лагодієнко В.В., Меліх О.О., Саркісян Г О. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. Вісник ХНАУ. Сер. Екон. науки : зб. наук. пр. Харк. нац. аграр. ун-ту ім. В. В. Докучаєва. 2020. № 1. С. 325–333.

Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична. URL: http://svit.ukrinform.ua/turism. php?page=ukr_tur&id=23762.

Рахман М. С. Кон'юнктурний аналіз розвитку готельної індустрії як складової туризму України. Бізнес Інформ. 2015. № 11. С. 205–211. 3. Уліганець С. І., Басюк Д. І., Мельник Л. В. Значення туристичного іміджу для розвитку Закарпатської області. Географія та туризм. 2013. Вип. 24. С. 162–173.

Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

Офіційний сайт Державного комітету статистики України. Туристична діяльність в Україні в 2013- 2019 рр. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm. 6

Подорожі інсайдерською Україною: 11 кращих місць для відвідування. URL: https://edition.cnn.com/travel/article/11-most-beautiful-places-in-ukraine.

IATA COVID19: Cost of air travel once restrictions start to lift. Brian Pearce. 5-th May 2020. URL: https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/covid19-cost-of-air-travel-once-restrictionsstart-to-lift/.

Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. Економіка: реалії часу. 2017. 6 (34). С. 9–17..

Білоцерківський О.Б. Сучасний стан і перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки. 2018. 28 (2). С. 170–173.

Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 4. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241 (дата звернення: 17.01.2022).

Черненко Н., Зінченко Л. Розвиток туризму як пріоритетної галузі економіки. Підприємництво та інновації. 2019. (8). – С. 99104. – URL: https://doi.org/10.37320/24153583/8.16 (дата звернення: 17.01.2022).

Eugenio-Martin J. & Campos Soria J. “Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. Annals of Tourism Research. Vol. 44. January 2014. pp. 5373.

Garau-Vadell J., Taño D., Armas R.J. Economic crisis and residents’ perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. Journal of Destination Marketing & Management. Vol. 7, March 2018. pp. 6875.

The travel & tourism competitiveness report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. – URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 17.01.2022).

Згуровський О. Війни глобалізації. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: . [Посилання дійсне на 10.04.2012 р.]

Турбізнес втратив 20% клієнтів. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: . [Посилання дійсне на 29.03.2012 р.]

Туристичні новини. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: . [Посилання дійсне на 29.03.2012 р.]

Воронкова Т. Є., Притуленко А.В. Міжнародний туризм і його вплив на соціальноекономічний розвиток України. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/85.pdf. DOI: 10.32702/230721052020.11.

Гоблик-Маркович Н. М., Ільтьо Т.І. Аналіз динаміки та актуальних проблем розвитку сфери туризму. Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука». 2018. Вип. 24(1). С.1622.

Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». № 25. 2017. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/2512017/30.pdf

Письменний О. А. Аналіз ринку міжнародного туризму України. Економічний аналіз. 2014. Т. 15, № 1. С. 144153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2014_15%281%29__17

Світовий атлас даних. Україна. Ключові показники туризму. URL: https://knoema.ru/atlas/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B0/topics/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC

Туристична статистика України 20152020, в'їзд іноземних громадян, виїзд українців закордон. URL: https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee33c449af-b70bddb7f5568c68/page/p_u24mioylmc

Шайда С.Р., Полякова Ю.В. Вплив пандемії COVID19 на міжнародний туризм. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/05.02.2021.doi.org/10.36074/logos05.02.2021.v2.11

European Travel Commission Insights. URL: https://www.tourismeconomics.com/ (дата звернення: 14.03.2023).

Impact of the russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: https://www.unwto.org/ impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism (дата звернення: 14.03.2023).

Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: https://webunwto.s3.euwest1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/16-0522-impact-russiaukraine.pdf?q7kCpUZsLi4Su_Zlo1d2b08bH0_L0Pln= (дата звернення: 14.03.2023).

Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. URL: https://www.unwto.org/ taxonomy/term/347 (дата звернення: 14.03.2023).

Travel & Tourism — Worldwide. URL: https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/ worldwide (дата звернення: 14.03.2023).

UNWTO Tourism Recovery Tracker. URL: https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourismrecovery-tracker (дата звернення: 13.03.2023).

UNWTO/IATA Destination Tracker — Easy Travel. URL:

https://www.unwto.org/tourismdata/unwto-iata-destination-tracker-easy-travel (дата звернення: 13.03.2023).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

МІСТА, В ЯКИХ ТУРИСТИ ВИТРАЧАЮТЬ НАЙБІЛЬШЕ ГРОШЕЙ
ЗА ПІДСУМКАМИ 2022 РОКУ
Інфографіку створено за даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, доступними станом на 24 травня 2023 року
Дохід
СЛОВО і ДІЛО
1 Дубай ОАЕ $29,42 млрд
2 Доха Катар $16,79 млрд
3 Лондон Велика Британія $16,07 млрд
4 Макао Макао (Китай) $15,58 млрд
5 Амстердам Нідерланди $13,59 млрд
6 Стамбул Туреччина $13,13 млрд
7 Барселона Іспанія $12,73 млрд
8 Нью-Йорк США $12,45 млрд
9 Сінгапур Сінгапур $10,97 млрд
10 Париж Франція $9,76 млрд

ДОДАТОК 2

ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР
+28,8%
69 453,71
тис. грн
89 420,10
тис. грн
2021
2022
НАЙБІЛЬШИЙ ПРИРІСТ*
145,4%
192,7%
116,5%
107,9%
103,1%
105%
76,4%
Львівська 19 774,2**
Івано-Франківська 9 047,4
Закарпатська 8 872,9
Хмельницька 2 176,5
Чернівецька 783,28
Тернопільська 731,6
Кіровоградська 724,2
НАЙБІЛЬШЕ ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ СПЛАТИЛИ, МЛН ГРН
20,04
19,77
4,69
9,05
8,87
Динаміка зміни кількості туристичного збору в порівнянні з відповідним періодом 2021 року
Львівська +192,7
Закарпатська +107,9
Івано-Франківська +76,4
м.Київ +4,8
Київська -23,4