

STATE, PROBLEMS AND WAYS OF IMPLEMENTATION OF THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF INTERNALLY DISPLACED PERSONS IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF SOCIAL JUSTICE

Summary. This work contains the study of the state, problems and perspectives of development of entrepreneurial activity of internally displaced persons (IDP) in Ukraine as direction of ensuring social justice towards citizens who were forced to move to other regions of Ukraine due to the armed conflict in the East of Ukraine, with a view to their further successful integration into the territorial communities. The main attention is paid to the development of mechanisms for involving their potential into the development processes of the host communities.

Key words: social justice, internally displaced persons, entrepreneurial activity, integration into host communities

УДК 338.48:338.1

Папп В. В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри туризму і рекреації
Мукачівського державного університету*

Бошота Н. В.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів та кредиту
Мукачівського державного університету*

Papp V. V.

*Doctor of Economic Sciences,
Professor of the Department of Tourism and Recreation,
Mukachevo State University*

Boshota N. V.

*PhD in Economics,
Senior Lecturer at the Department of Finance,
Mukachevo State University*

ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА МІСЦЕВУ ЕКОНОМІКУ

Анотація. У статті розглянуто роль туристичного бізнесу у розвитку економіки регіону. Досліджено вплив місцевих туристичних ресурсів на активізацію підприємницької діяльності у туристичній сфері. Наголошено на перспективах активізації бізнес-ініціатив в туризмі на сучасному етапі. Визначено коло проблемних питань, які гальмують розвиток туристичного бізнесу в регіонах. Проведено аналіз показників туристичної діяльності в Україні в останні роки та запропоновано шляхи активізації підприємництва у туристичній сфері.

Ключові слова: туризм, бізнес, підприємство, регіон, розвиток, економіка, ресурс.

Постановка проблеми. Туризм – це галузь, яка здатна трансформувати міжнародний розвиток. Туризм є найбільшою галуззю послуг у всьому світі, що становить близько 10 відсотків світового ВВП. Майже 293 мільйони робочих місць або одне з одинадцяти робочих місць у всьому світі знаходяться в секторі туризму. Туристична сфера натепер представлена у трьох цілях сталого розвитку, включаючи ціль, яка вимагає від суспільства створення умов, які дадуть людям змогу мати якісні робочі місця, які стимулюють економіку, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу. ООН також назвала 2017 р. Міжнародним роком розвитку сталого туризму, щоб висвітлити внесок туризму у створення більш економічно стабільних робочих місць. Визнаючи вплив, який може мати туризм, Світовий банк організував обмін інформацією про туризм для міжнародних організацій, урядів та приватних компаній, щоб досліджувати, як змінюються тенденції в туризмі [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань впливу підприємств туристичної сфери на місцеву економіку присвячена низка наукових досліджень. Зокрема, дослідженням ролі маркетингу в управлінні

туристичними дестинаціями займається Н. Бобрицька [1]. Г. Казачковська розглядає можливості сталого розвитку туризму та курортів в Україні [2]. Вплив сектору туристичних послуг на розвиток національної економіки досліджено О. Лебедевою [3]. Н. Мешко та Є. Фалько окреслює розвиток туристичного бізнесу в умовах інформатизації світової економіки [4]. А. Охріменко вивчає досвід європейських країн щодо фінансування туристичної сфери [5]. Концепцію сталого розвитку туризму в сучасних умовах розроблено Н. Свірідовою [7]. О. Стешенко та А. Ільєнко окреслили економічну стратегію розвитку туристичної галузі в Україні [8].

Низка питань, пов'язаних з активізацією впливу туристичного бізнесу на місцеву економіку в сучасних мінливих умовах, потребує детального вивчення.

Метою статті є дослідження соціально-економічного впливу підприємств туристичної сфери на місцеву економіку.

Результати дослідження. Для того щоб по-справжньому посилити економічний розвиток місцевих громад, доходи від туризму повинні залишатися в сільських та міських громадах. Традиційно туристи зупиняються на міжнарод-

них курортах, оминаючи місцеві туристичні підприємства та організації. Це концентрує гроші, які вони витрачають на великих міжнародних підприємствах, а не в громадах. Але спосіб, яким туристи подорожують, змінюється з тенденціями до нетрадиційної подорожі, включаючи спільне використання домашнього господарства, бажання взаємодіяти з місцевими жителями і вивчити досвід місцевого побуту. Це дає змогу фінансовим надходженням від туризму більш широко розподілятися в громадах. Завдяки таким платформам домашнього обміну, як Airbnb, майже 50% коштів, витрачених туристами, повторно інвестуються в місцеві підприємства та послуги в громадах. Зниження цін на ці послуги розширило можливості туризму для вітчизняних та міжнародних туристів, збільшивши тривалість перебування та доступність до місць високого попиту. Крім того, ці платформи відкривають локації з низьким попитом та заохочують туристів до знайомства з місцевими громадами. Це дає змогу поширювати економічну вигоду по всьому ланцюжку туристичних послуг, і громади починають користуватись цими перевагами. Впровадження цієї програми в міжнародне співтовариство може сприяти економічному зростанню.

Туристична сфера створює робочі місця і стимулює зростання доходів. У секторах, описаних вище, інвестиції в туризм можуть сприяти створенню нових робочих місць та збільшенню заробітної плати для громадян. Наприклад, в Йорданії загальний внесок туризму в зайнятість в 2016 році, у тому числі робочих місць, опосередковано підтримуваних промисловістю, становив 18,1 відсотка. У Міжнародній організації праці вважають, що з погляду зайнятості одне робоче місце в основній галузі туризму створює близько 1,5 додаткових або непрямих робочих місць у сфері економічної діяльності, пов'язаної з туризмом. Оскільки ці працівники витрачають частину свого заробітку на різні товари, роботи, послуги, це створює сильний ефект мультиплікатора, завдяки чому первісна інвестиція в туризм значно більше впливає на загальну економіку [9].

У 2016 році туризм вніс 7,2 трильйона доларів США (9,8 відсотка світового ВВП) у світову економіку і створив одне з кожних 11 робочих місць [9]. Зокрема, в країнах, що розвиваються, індустрія туризму з її зв'язками в багатьох секторах, згаданих вище, по суті є потужною силою для широкого економічного зростання та розвитку. Водночас міжнародне співтовариство все ще може відігравати важливу роль у зміцненні цих зв'язків та максимізації впливу розвитку туризму.

Ефективне використання технологій має значний потенціал, щоб суттєво змінити малий туризм. Мобільні телефони, додатки для подорожей та аналітичні платформи відображають суттєві зрушення у туристичній поведінці. Широкомасштабна аналітика та дослідження даних можуть відстежувати витрати на туризм і дати змогу підприємствам розробляти та продавати продукти і послуги, які відповідають тенденціям туризму. Ефективне використання інформації, отриманої цими платформами, може дати змогу малим та середнім підприємствам туризму продавати свої послуги ширшому колу потенційних туристів. Завдяки більш цілеспрямованому маркетингу постачальники послуг можуть покращити якість, що приведе до збільшення кількості туристів та збільшення доходів. Крім того, соціальні мережі, які використовує турист, спрямовують туризм у визначені райони через огляди, особисті історії та обмін досвідом. Ці зусилля спрямовані на посилення туризму в районах із низьким попитом. Інформаційно-рекламні кампанії соціальних мереж привертають більше уваги та інтересу до цих регіонів з низьким попитом, що дає змогу місцевим підприємствам використовувати пере-

ваги туризму. Міжнародне співтовариство в галузі розвитку туризму може сприяти ефективному використанню технологій для цієї індустрії, пов'язавши місцевий бізнес із відповідними платформами.

Альтернативні методи традиційного туризму також допомогли підвищити соціальну інтеграцію в місцевих громадах. У сфері туризму задіяно найвищий відсоток осіб у віці від 15 до 25 років по всьому світі, а туризм загалом має значно вищий рівень зайнятості серед молоді, ніж загальний ринок праці. Індустрія туризму має унікальну позицію для створення стійких економічних можливостей та тривалого економічного зростання для молоді.

Туризм має великий потенціал для досягнення цілей сталого розвитку та забезпечення кращого способу життя для мільйонів людей у всьому світі. Індустрія туризму, зберігаючи туристичні доходи в місцевих громадах та залучаючи більше людей до сільських і міських громад, може слугувати каталізатором економічного розширення, розуміння культури, збереження навколишнього середовища та безпеки.

Проте в туризмі постає велика проблема, спрямована на досягнення соціальних цілей. Майже 80 відсотків коштів, інвестованих та витрачених у туристичному секторі, не залишається у громадах, де здійснюється надання туристичних послуг. Для того щоб створити умови, необхідні для сталого розвитку робочих місць, потрібно більше уваги приділяти збереженню туристичних доходів у місцевих сільських та міських громадах.

На місцевому рівні можна швидше побудувати економічні зв'язки між успішними великими корпораціями з малими підприємствами та місцевими мешканцями. Зміцнення цих зв'язків – це спосіб створити «безпрограшну» ситуацію через використання можливостей приватного бізнесу на користь місцевого соціально-економічного розвитку. Зміцнення локальних зв'язків залежить від того, як працює бізнес, і йдеться не лише про фінансову допомогу школам та клінікам. Ключовим принципом є використання «основних компетенцій» бізнесу, знаходячи синергію між комерційними цілями та способами використання місцевих переваг.

Туризм високо оцінюється як сектор економіки, який пропонує можливості середнім та малим підприємствам, а також засуджується за вимивання грошових потоків на користь туристичних фірм, що знаходяться далеко від місцевої економіки.

Приватний бізнес, великий та малий, має відігравати вирішальну роль в економічному зростанні. Оптимізація можливостей для стимулювання місцевої економіки залежить не тільки від того, наскільки значними є грошові потоки, але й від того, як функціонує цей бізнес. Економічне зростання, яке може бути забезпечене туристичною компанією, не варто недооцінювати. Окрім грошової вартості нових контрактів туристичних підприємств, важливими є нові ідеї та збільшення масштабів економічної діяльності за рахунок створення сучасних підприємств.

Необхідно прагнути до кращої інтеграції туристичного бізнесу у місцеву економіку. Наприклад, готелі шукають місцеві переваги і заохочують гостей з метою збільшення тривалості їх перебування. Багато готельєрів та туроператорів підтримують місцеві ремесла, гідів, якщо вони забезпечують збільшення клієнтської бази. Але багато можливостей для формування локальних зв'язків не використовуються. Закупівля необхідних товарів для сфери туризму часто здійснюється у віддалених оптових постачальників, які є більш надійними у поставках та привабливими за ціною. Ринкові зв'язки між постачальником і готелем можуть бути занадто слабкими, якщо вчасно не вжити

заходів для підтримки локальних переваг. Наприклад, екскурсії можуть бути орієнтовані на рентабельність туроператорів, а не на максимізацію використання місцевих можливостей. Таким чином, місцеві зв'язки часто не впливають на економічне зростання, а це – втрачені можливості.

Дослідження на семи карибських курортах показало, що лише один курорт на Ямайці активно підтримує місцеві фермерські господарства щодо виробництва продуктів відповідно до їхніх потреб. Це дало змогу додатково залучити 7200 доларів США на місяць у місцеву економіку і зберегти доходи 70 місцевих сільськогосподарських сімей. У деяких більш розвинених країнах, таких як Домініканська Республіка та Туніс, більшість харчових продуктів готелю постачається не місцевими виробниками [9].

Щодо України, то динаміка показників туристичних потоків за останні роки наведена на діаграмі (рис. 1).

За даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 році до України в'їхало 13,6 млн. туристів, що на 5,6% більше, ніж у 2015 році. При цьому у 2015 році порівняно із 2014 роком в'їхало на 0,2 млн. осіб (1,3%) менше [6].

Найбільша кількість іноземних туристів, що відвідали Україну, припадає на Молдову, Білорусь, Росію, Угорщину та Польщу (рис. 2).

Натомість більшість вітчизняних туристів подорожували до Польщі, Росії, Угорщини, Молдови (рис. 3).

У 2017 р. забезпечували діяльність туристичної сфери 3469 суб'єктів туристичної діяльності (табл. 1).

Місцеві зв'язки збігаються з популярними видами туризму, такими як сталий туризм, екологічний туризм тощо. Туризм є однією з найбільших у світі галузей, частково тому, що вона включає і сприяє багатьом секторам, прямо чи опосередковано. Деякі галузі, такі як індустрія гостинності, транспортні послуги, а також розважальні та рекреаційні послуги, є галузями, які користуються перевагами і безпосередньо сприяють зростанню туристичної сфери. Проте є низка галузей економіки, які активно сприяють зростанню туризму.

Сільське господарство, наприклад, є сектором, що має міцні зв'язки з туризмом, оскільки готелям і ресторанам потрібен постійний і великий запас свіжих продуктів та напоїв для гостей. Місцеві виробники отримують вигоду від зростання попиту на свою продукцію, а галузь загалом може зростати, особливо коли вона добре інтегрована в широкий ланцюг туризму. Крім того, збільшення попиту на сільськогосподарську продукцію стимулює розвиток агропереробної промисловості та збільшення попиту на транспортування, зберігання та торгівлю.

Будівництво та інфраструктура також є одержувачем туристичних інвестицій. Розвинена економіка туризму може стимулювати як державні, так і приватні інвестиції в нову інфраструктуру, що сприятиме будівництву інфраструктури. Створення нових туристичних підприємств потребує будівництва офісних та торгових приміщень, тоді як уряду доведеться витратити кошти на інфраструктуру, що під-

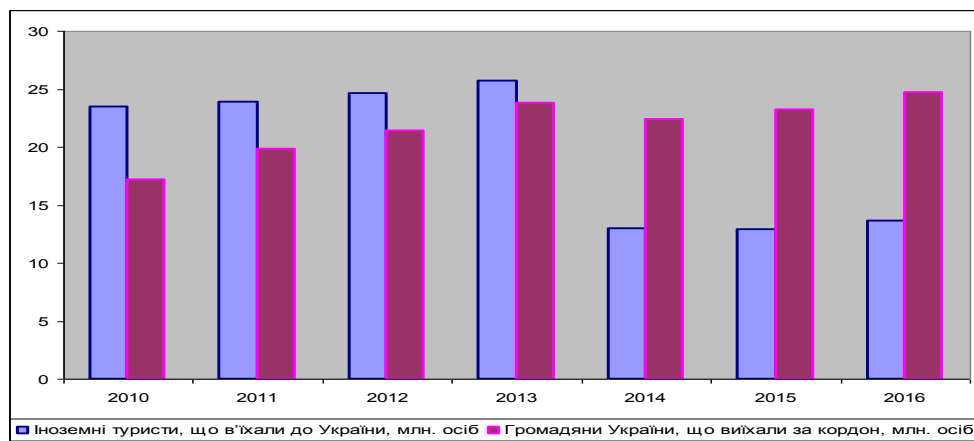


Рис. 1. Основні показники відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон [6]

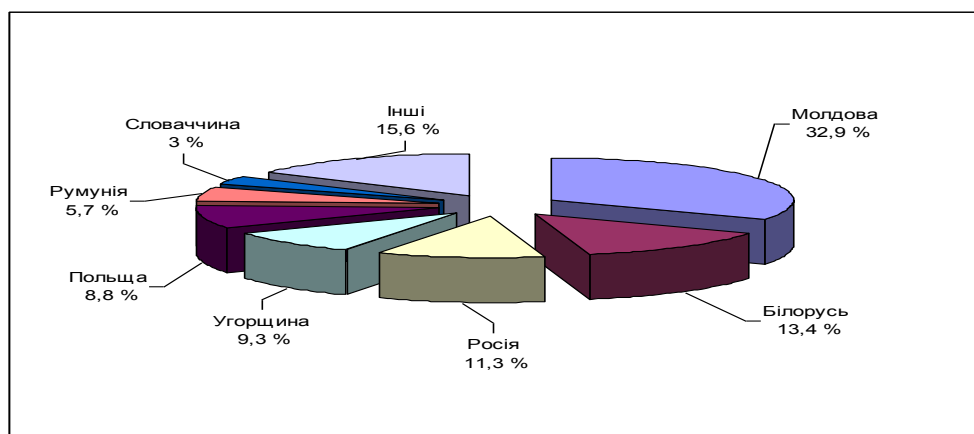


Рис. 2. Розподіл за країнами чисельності іноземних громадян, які відвідали Україну у 2016 році [6]

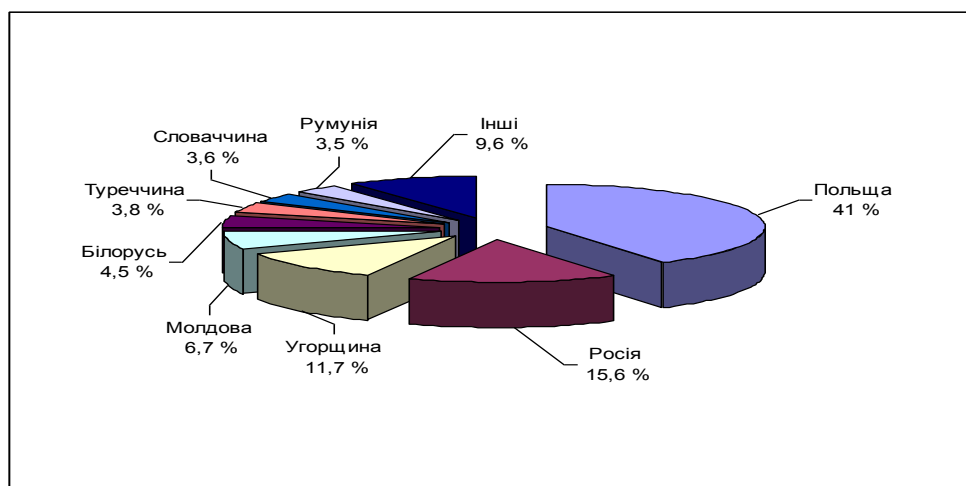


Рис. 3. Розподіл чисельності громадян України за країнами, до яких вони подорожували у 2016 році [6]

Таблиця 1
Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України [6], (од)

Регіони	Роки		
	2015	2016	2017
Україна	3182	3506	3469
Вінницька	63	68	69
Волинська	68	69	66
Дніпропетровська	294	322	325
Донецька	23	33	42
Житомирська	47	56	47
Закарпатська	67	65	63
Запорізька	140	161	160
Івано-Франківська	83	107	105
Київська	90	119	116
Кіровоградська	46	47	43
Луганська	11	19	17
Львівська	221	272	282
Миколаївська	60	69	63
Одеська	245	268	264
Полтавська	91	88	93
Рівненська	59	66	60
Сумська	53	57	58
Тернопільська	43	53	45
Харківська	264	255	263
Херсонська	53	72	67
Хмельницька	78	89	90
Черкаська	75	86	92
Чернівецька	65	66	65
Чернігівська	55	51	51
м. Київ	888	948	923

тримується туристичними об'єктами, такими як аеропорти, дороги, порти, лікарні та банки, з метою створення конкурентоспроможного і привабливого середовища туризму.

Фінанси – це ще один сектор, який може значно виграти від процвітаючої економіки туризму. Оскільки сектор туризму в країні зростає, нові та наявні підприємства потребують інвестицій та доступу до фінансів для розвитку свого бізнесу. Розширюючи фінансові можливості малих і середніх підприємств через спеціальні фінансові продукти та послуги, банки та інші фінансові установи можуть наростити великий і різноманітний новий інвестиційний портфель. Крім того, оскільки ці підприємства розвиваються за рахунок нових інвестицій та доступу до фінансування, вони також скористаються фінансовими продуктами у майбутньому. Цей зв'язок взаємовигідний і стимулює зростання як для фінансового сектору, так і для туристичних підприємств та підприємств.

Висновки. На додаток до каталізатора зростання у вищезгаданих секторах, туризм також впливає на економіку країни загалом. Це лише деякі приклади, за допомогою яких туризм може стимулювати зростання. Туризм стимулює інвестиції в нову інфраструктуру та людський капітал. Туристи, і зокрема міжнародні, часто мають високі стандарти під час подорожей та відпочинку. Щоб залишатися конкурентоспроможним на глобальному рівні, туризм створює стимул для країн інвестувати в нову інфраструктуру для задоволення потреб міжнародної клієнтури. Можливо, ще більш важливими є інвестиції, необхідні для людського капіталу, для створення сприятливої для туристів робочої сили, яка готова відповідати вимогам міжнародних відвідувачів.

Індустрія туризму унікально підходить для сприяння обміну новими ідеями та технологіями, що може стимулювати інновації та розвиток підприємств, що потребує подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Бобрицька Н. Маркетинг в управлінні туристичними дестинаціями / Н. Бобрицька // Маркетинг в Україні. 2014. № 4. С. 39–47.
2. Казачковська Г.В. Можливості сталого розвитку туризму та курортів в Україні / Г.В. Казачковська // Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою: матер. доп. II наук.-практ. конф. – Бердянськ : АУІТ «АРИУ». 2006. С. 126–137.
3. Лебедева О.А. Вплив сектору туристичних послуг на розвиток національної економіки / О.А. Лебедева // Економіка розвитку. 2010. № 4. С. 34–37.
4. Мешко Н.П. Розвиток туристичного бізнесу в умовах інформатизації світової економіки / Н.П. Мешко, Є.А. Фалько // Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 2. 2014. С. 114–120.

5. Охріменко А. Досвід європейських країн фінансування туризму / А. Охріменко // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. С. 160–167.
6. Показники туристичної діяльності в Україні. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true>
7. Свірідова Н.Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах / Н.Д. Свірідова // Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 166–168.
8. Стешенко О.Д. Економічна стратегія розвитку туристичної галузі в Україні / О.Д. Стешенко, А.Ю. Ільєнко // Научно-технический сборник. Коммунальное хозяйство городов. 2010. № 94. С. 414–417.
9. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www2.unwto.org>

ВЛИЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА МЕСТНУЮ ЭКОНОМИКУ

Аннотация. В статье рассмотрена роль туристического бизнеса в развитии экономики региона. Исследовано влияние местных туристических ресурсов на активизацию предпринимательской деятельности в туристической сфере. Отмечены перспективы активизации бизнес-инициатив в туризме на современном этапе. Определен круг проблемных вопросов, которые тормозят развитие туристического бизнеса в регионах. Проведен анализ показателей туристической деятельности в Украине в последние годы и предложены пути активизации предпринимательства в туристической сфере.

Ключевые слова: туризм, бизнес, предприятие, регион, развитие, экономика, ресурс.

INFLUENCE OF TOURIST BUSINESS IN THE LOCAL ECONOMY

Summary. The article deals with the role of tourism business in the development of the region's economy. The influence of local tourist resources on the activation of entrepreneurial activity in the tourism sector is researched. The prospects of activation of business initiatives in tourism at the present stage are emphasized. The range of problem issues that hinder the development of tourism business in the regions is determined. The analysis of tourism activity indicators in Ukraine in recent years has been carried out and ways of activating entrepreneurship in the tourism sector have been suggested.

Key words: tourism, business, enterprise, region, development, economy, resource.

УДК 336.7

Пасінович І. І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Кучма М. І.

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,
доцент кафедри вищої математики
Національного університету «Львівська політехніка»*

Pasinovych I. I.

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Finance of Business Entities
Ivan Franko National University of Lviv*

Kuchma M. I.

*Candidate of Physics and Mathematics, Associate Professor,
Associate Professor of Department Mathematics
Lviv Polytechnic National University*

НЕОБХІДНІСТЬ ТА УМОВИ ВІДНОВЛЕННЯ КРЕДИТУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглядаються актуальні проблеми відновлення банківського кредитування для забезпечення стійкого економічного зростання, яке проголошене Урядом України як стратегічна мета. Вказано умови, необхідні для спрямування кредитних потоків у пріоритетні для розвитку галузі економіки. Доведено необхідність відновлення банківського кредитування для економічного зростання. Досліджено зв'язки між показниками ВВП і обсягами банківського кредитування, побудована економетрична модель цієї залежності. Дано загальну оцінку стану банківської системи України після її реформування. Розкрито необхідність координації дій Уряду і Центрального банку для забезпечення зростання і модернізації економіки. Акцентовано, що політика інфляційного таргетування й обмеження грошової маси шляхом продажу банкам цінних паперів звужує їхні кредитні можливості і суперечить досягненню основної мети, проголошеної Урядом, – зростанню економіки.

Ключові слова: ВВП, центральний банк, кредитування економіки, економічне зростання, таргетування інфляції, депозитні сертифікати, потоки кредитів, пріоритетні сектори економіки, модернізація структури економіки.