

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. С. Агафонова. – Київ: Знання України, 2002. – 358 с.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – Київ: ЦУЛ, 2007. – 224 с.
3. Калініна І. О. Дії фірми на ринку послуг. Туризм і подорожі. / І. О. Калініна. – Д.: ДонНУ, 2004. – 214с.
4. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : навч. посібник / В.І. Костащук. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 140 с.

Хоцький Р.

Науковий керівник – доц. Литвин Л. М.

РОЛЬ ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Туризм є одним з найперспективніших галузевих напрямків активізації економічного розвитку України. Розвиток туристичної галузі як високоприбуткового сектору економіки є важливим чинником соціального розвитку та культурного піднесення України при збереженні її самобутності та національної суті, гармонійної інтеграції України у європейську та світову спільноту. Разом з економічним піднесенням України, розбудовою туристичної інфраструктури, розвитком транспортних систем туризм стане джерелом не тільки надходження іноземної валюти, але і створення нових робочих місць. Таким чином, тенденції розвитку туризму мають позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до інших культур, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами.

Вагомий внесок у наукові дослідження теорії і практики формування соціально-економічних відносин у галузі туризму внесли зарубіжні і вітчизняні вчені. Так, зокрема в контексті досліджень нормативно-правового забезпечення розвитку туризму, організації туристичної діяльності та формування перспектив і стратегій розвитку туристичної галузі необхідно виділити дослідження В. Ф. Киф'яка, М. П. Мальської, В. В. Худо, В. І. Цибуха, О. П. Чудновського та інших вітчизняних та закордонних науковців. Наукові проблеми економіки туристичної галузі в цілому та за її окремими складовими ґрунтовно досліджували А. Б. Здоров, М. І. Кабушкін, Є. В. Козловський, Г. Б. Мунін, Х. Й. Роглев та інші. Проте окремі важливі питання ще й досі залишаються поза увагою науковців і вимагають більш детально зосередитись на економічних дослідженнях потенційних можливостей туристичної галузі в межах загальної стратегії соціально-економічного розвитку України в цілому та її окремих регіонів зокрема.

Розвиток туризму в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним з «найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки...» [2, с. 5]. Приєднуючись до цих аргументів, український учений-економіст В. І. Биркович наголошує наступне: «Сьогодні туристична галузь в Україні є п'ятою за значенням складовою поповнення бюджету, а в перспективі її питома вага може значно зрости» [1, с. 160].

У законі України «Про туризм» зазначено, що туризм - це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровлювальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

Таким чином, туризм – це вид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.

Основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає.

Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді

різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном.

Сучасна індустрія туризму в Україні – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей господарства, можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він [3, с. 18]:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру у туристичних центрах;
- активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм;
- забезпечує зростання рівня життя місцевого населення;
- збільшує валютні надходження.

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу.

Україна об'єктивно має потужний туристичний потенціал, який, на жаль, використовується не дуже ефективно. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру. Причини такого становища полягають у складній соціально-економічній ситуації в державі, у невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і на регіональному рівнях. Ситуація, що склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку шляхів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної його якості.

Відсутня скоординована висококваліфікована та грамотна система дій з виведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка давала б відчутні результати.

Отже, туризм в Україні є важливим об'єктом вивчення та дослідження, оскільки останні тенденції його розвитку суттєво впливають на основні макроекономічні показники багатьох країн світу, сприяють зростанню добробуту населення, формують інвестиційний потенціал держав.

Зважаючи на вищевикладене, слід зазначити, що ключовою основою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та захист їхніх соціально-економічних інтересів за збереження екологічної рівноваги та історико-культурного доквілля, враховуючи світовий досвід розвитку туризму. Для ефективної реалізації цього в Україні потрібно забезпечити сталий розвиток туристичної галузі, зміцнити матеріальну базу туризму, підвищити якість та розширити асортимент туристичних послуг, поліпшити інформаційне та рекламне забезпечення, впровадити ефективну інноваційну діяльність та створити наукову і відповідну нормативно-правову бази вітчизняного туризму.

В цьому контексті максимально гостро постає питання комплексної оптимізації процесів взаємодії туризму і культури за рахунок використання культурної спадщини, музеїв, театрів та інших об'єктів, що у більшості країн світу є винятково важливим чинником залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків та комплексного формування економічного результату діяльності таких галузей як транспорт, громадське харчування, місцева промисловість тощо.

Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку держави забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі на міжнародному і національному рівнях з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.

В української туристичної сфери є лише два шляхи до подальшого перебігу подій. Саме в даний час відбувається той вирішальний момент, від якого залежить майбутнє українського туризму: чи стане туризм вагомим джерелом надходжень до державного бюджету, чи залишиться на тому самому рівні, на якому він існував до сьогодні. Все це визначається тими орієнтирами, що будуть покладені в основу політики розвитку туризму.

Таким чином, виникає альтернатива: робити акцент на іноземного споживача чи реанімувати внутрішній туристичний процес.

У будь-якому разі, в обох випадках туристична галузь потребує підтримки держави. Адже розвиток вітчизняної туристичної сфери неможливий без правильної державної політики яка б посприяла розвитку туризму та виходу України на світовий ринок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Биркович, В. І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні [Текст] / Віктор Іванович Биркович // Стратегічні пріоритети. – №4(5). – 2007. – 163с.
2. Державне регулювання та стандартизація в туризмі [Текст]: монографія / В. Г. Явкін, В. П. Руденко, О. Д. Король та ін. – Чернівці: Рута, 2006. – 260 с.
3. Макасовский В. Развитие и география международного туризма // Краеведство. География. Туризм.– 2001.– №21–24. –231с.
4. Цибух, В. І. Державне регулювання у сфері туризму в Україні [Текст] / В. І. Цибух // Статистика України. – 2005. – № 1. – 185с.
5. Чечель, А. О. Удосконалення державних механізмів управління розвитком туризму в Україні [Текст] : дис. канд. наук з держ. Управління за спец. 25.00.02 – Механізми державного управління / Чечель Анна Олександрівна. – Донецьк: Донецька державна академія управління, 2004. – 177 с.

Кубик Н.

Науковий керівник – доц. Литвин Л. М.

ЦІНОУТВОРЕННЯ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

За сучасних умов одним із найбільш динамічних напрямів економічної діяльності який розвивається є ресторанне господарство, що стає причиною достатньо жорсткої конкуренції між кафе, барами та ресторанами. Гостра конкуренція призводить до необхідності повного контролю за рухом товарно-матеріальних цінностей і грошових засобів, мінімізації витрат, які пов'язані з виробничим процесом, а також розробки оптимальної цінової політики, що є кроком до ефективного ціноутворення. В Україні до останнього часу проблеми ціноутворення не стояла гостро, тому що конкуренція була невелика. Проте сьогодні ситуація змінюється, на ринок виходить велика кількість нових учасників, у зв'язку з чим ситуація загострюється. За таких умов значно впливає на ефективність функціонування вітчизняних підприємств ресторанного господарства стратегія конкуренції та цінова політика.

Ціноутворення в закладах ресторанного господарства має свої особливості, які відрізняються від формування ціни в інших галузях. За своєю суттю ціна закладу ресторанного господарства є послугою, яка надається споживачам у вигляді вироблених страв, закуплених товарів, а також пропозиції різних видів культурних програм та організація дозвілля. Особливістю також є те, що заклади ресторанного господарства виконують три основні функції:

- виготовлення продукції власного виробництва;
- реалізація виготовленої продукції власного виробництва та закуплених товарів;
- організація споживання продукції власного виробництва і закуплених товарів.

Особливістю діяльності цієї галузі є також те, що продукція, яка виробляється, як правило, не може зберігатись досить тривалий час і потребує швидкої реалізації; вона повинна мати достатньо широкий асортимент з метою задоволення різноманітних вимог споживачів, і, в першу чергу, стосовно якості. Тобто має місце висока залежність обсягу виробленої продукції від попиту споживачів.

Діяльність закладів ресторанного господарства в умовах ринкової економіки залежить від тієї економічної стратегії, яку вона обирає. Невід'ємною частиною такої загальної стратегії є цінова стратегія. Її сутність полягає у визначенні попиту на продукцію; чинників, які впливають на ціну послуги закладу ресторанного господарства; розрахунку ціни страви та послуги; пристосуванні її до ринкової кон'юнктури, постійний моніторинг та внесення відповідних змін та коректив. Тому від правильності та точності визначення ціни, застосування відповідної методики розрахунку в значному ступені залежить і ефективність та прибутковість діяльності всього закладу.

Визначення ціни на послуги закладів ресторанного господарства має свої особливості, які відрізняють визначення цін в інших галузях національної економіки.

1. Кінцевою ціною закладу ресторанного господарства є ціна продажу, в яку входять не тільки вартість виробленої страви, а і вартість послуги, яка може надаватися. Головним чином це – обслуговування споживача, організація його дозвілля та інше.

2. Ціна продажу страви може визначатись на всю масу виробленої продукції (при масовому виробництві страв для закладів ресторанного господарства), а також на окрему страву при індивідуальному замовленні в закладах ресторанного господарства, кафе. В першому випадку визначення ціни відбувається на підстав визначення всієї маси продуктів. Це пояснюється тим, що існуюча система обліку унеможливує визначення вартості однієї страви. Тому розраховується повна собівартість кулінарної продукції, яка включає повну вартість сировини та матеріалів за цінами закупівлі, витрати виробництва, обігу, обов'язкові платежі, прибуток та інше і визначається ціна продажу страви.

3. При визначенні ціни страви здійснюється її калькуляція на підставі визначення середньозваженої ціни. Це пояснюється тим, що сировина, яку заклади ресторанного господарства отримують для виготовлення страв, різняться за сортами, видами, категоріями, видами кулінарного оброблення тощо. Крім того, для виготовлення однієї й тієї ж самої страви можуть використовуватися