

Білецька І.М.,
к.е.н., доцент
кафедри «Менеджмент та маркетинг»,
Тарсенова А.В.,
Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ТУРИЗМУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ

Основна рушійна сила суспільного прогресу — це людина. Вона є діючим суб'єктом цілісної системи економічних відносин та економічних інтересів. Тільки реалізуючи свої інтереси, людина суттєво й активно впливає на економіку загалом, бере участь у всіх галузях і сферах соціального життя. Тому, наше життя побудоване на виконанні та задоволенні різноманітних потреб, починаючи з першочергових і закінчуючи другорядними. Першочергові потреби — це ті, без яких людина не може існувати, тобто це харчування, житло, лікування, безпека тощо. А другорядні — це ті, за допомогою яких людина реалізовує себе, як особистість. Одним із складових функціонування людського організму — є відпочинок. Саме тому, туризм можна віднести до першочергових потреб людини. З іншого боку, туризм є важливим чинником формування та розвитку різних галузей суспільного виробництва для задоволення потреб туристів у проживанні, харчуванні, розвагах, інших додаткових послугах. Це зумовлено певними факторами:

- Економічний розвиток та соціальний прогрес зумовили збільшення об'єму ділових поїздок чи подорожей ділового характеру у поєднанні з відпочинком;
- Удосконалення всіх видів транспорту та телекомунікаційних систем;
- Підвищення матеріального рівня життя людини та зростання потреби у культурно-духовному розвитку та пізнанні оточуючого світу як внутрішнього протиріччя до одночасної тотальної урбанізації суспільства;
- Спрощення митних бар'єрів та формальностей при переміщенні;
- Розвиток міждержавних зв'язків та взаємопроникнення культур між країнами зумовило розширення міжособистісних зв'язків і на рівні регіонів однієї країни;

Сфера туризму є важливою складовою економіки будь-якої держави, здійснюючи суттєвий вплив на перебіг різноманітних соціально-економічних перетворень, спрямованих на лібералізацію економічного розвитку.

Для багатьох країн туристична діяльність у структурі торгівлі послугами є потужним джерелом отримання прибутку, для деяких країн, що розвиваються — основою їхнього існування (Таїланд, Кіпр, Малайзія та ін.). Обсяг зайнятості в даній галузі зростає майже в два рази швидше, ніж в інших сферах послуг.

Для України розвиток туристичної діяльності є особливо актуальним. Не дивлячись на те, що перші згадки про туризм як «мандрівки з певною метою чи з власного бажання» [2] зустрічаються ще літописах Київської Русі, Україна втрачає мільйони гривень щорічного відмовляючи туризму в підтримці. При цьому Україна володіє унікальним для однієї держави поєднанням різноманітних туристичних ресурсів: кліматичні, водні, орографічні, приморсько-пляжні, біотичні, ландшафтні, бальнеологічні, фітолікувальні, спелеологічні, багатою скарбницею культурно-історичних пам'яток і надбань, самобутньої етнографії [2].

Крім того, здійснюючи прямий вплив на економічний розвиток регіону та країни, туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства (спрацьовує простий мультиплікатор витрат Кейнса): торгівлі, сфери послуг, сільського господарства, виробництва товарів широкого вжитку, зв'язку тощо.

Вигоди від розвитку туристичної галузі очевидні. Беручи до уваги той факт, що сьогодинішній туристичний бізнес є напівтінювим, з нечіткими правилами, умовами роботи в правовому статусі (зокрема сільський зелений туризм), непрозорими взаємостосунками як між учасниками ринку, так і з державою, напрямів дослідження безліч. На думку автора, пріоритетними є:

1. Формування єдиної національної стратегії розвитку туризму в напрямі формування позитивного туристичного іміджу країни та регіонів.
2. Стимулювання (зокрема податкове) бізнесу в напрямку розвитку рецептивного (міжнародного в'їзного туризму) з метою досягнення конкурентних переваг у політиці «ціна-якість» на світовому ринку турпослуг.
3. Удосконалення системи управління туристичним підприємством в умовах непередбачуваних змін зовнішнього (зокрема природного) середовища з метою підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту.

Література

1. Режим доступу до файлу: <http://www.wto.org>
2. Філософські нариси туризму / за ред. д.е.н., проф. НАНУ Пазенка В.С. — К.: Український центр духовної культури, 2005. — 328с.