

Для реалізації «цифрових» трансформацій українським підприємствам, малому та середньому бізнесу, промисловості потрібно надавати підтримку, яка може включати широкий спектр заходів – від маркетингових до фіскально-мотиваційних. Цифрові технології в Україні мають бути доступними, вигідними для впровадження, створювати умови, котрі заохочують до модернізації, де використання інноваційталоудського капіталу повинні бути джерелами конкурентоспроможності секторів промисловості, основою економічного відновлення та зростання тощо.

### *Література*

1. Україна 2030e – країна з розвинутою цифровою економікою [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>.
2. Україна в міжнародних рейтингах [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://eukraine.org.ua/ua/news/ukrayina-v-mizhnarodnih-rejtingah>.
3. Хаустов В. Цифрова економіка: як тобі служиться? [Електронний ресурс] / Володимир Хаустов – Режим доступу до ресурсу: [https://dt.ua/macrolevel/cifrova-ekonomika-yak-tobi-sluzhitsya-326706\\_.html](https://dt.ua/macrolevel/cifrova-ekonomika-yak-tobi-sluzhitsya-326706_.html).
4. Цифрова економіка: глобальні бізнес-тренди [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://rating.zone/tsyfrova-ekonomika-hlobalni-biznes-trendy/>.

---

**Речиць О. С.**

кандидат економічних наук

Приватний заклад вищої освіти «Міжнародний європейський університет»

м. Київ, Україна

## **ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Туризм як сфера господарської діяльності має величезне значення й низку характерних особливостей. Він задовольняє інтереси як людини, так і суспільства в цілому, є вагомим джерелом наповнення бюджетів всіх рівнів.

Туризм є одним з основних чинників створення додаткових робочих місць, прискорює розвиток туристичної інфраструктури, сприяє збереженню народних промислів і національної культури регіонів та країн. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, кількість туристичних відвідувань до 2021 р. становитиме 1,6 млрд. осіб, світові доходи від туризму у 2020-2021 р.р. зростуть до 2 трлн. дол.

Сучасні умови господарювання вимагають пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності окремих галузей національного господарства, регіонів і держави в цілому. Ефективність туризму означає отримання економічного результату від: організації туризму; туристичного обслуговування; виробничо-обслуговуючого процесу туристського підприємства.

Економічна ефективність туризму є складовою загальної ефективності суспільної праці. На мікрорівні характеризується системою економічних показників, які відображають кількісний обсяг реалізації туристичних послуг та їх якісний бік: обсяг туристського потоку; величина туристських витрат; стан і розвиток матеріально-технічної бази; показники фінансово-економічної діяльності; показники розвитку міжнародного туризму.

До показників, що характеризують обсяг туристського потоку, належать: загальна кількість туристів (у тому числі організованих і самодіяльних); кількість туроднів (діб, ліжко-днів); середньомісячна кількість туроднів.

У цьому аспекті особливу увагу заслуговує сфера туризму, як динамічна та прибуткова галузь, яка потребує статистичного забезпечення управління туристичної діяльності. «Сучасне конкурентне середовище вимагає нових підходів до оцінювання соціально-економічної продуктивної роботи об'єктів сфери туризму шляхом удосконалення системи статистичних показників» [1]. Саме тому важливе значення мають показники статистики туризму, взаємозв'язки між ними та порядок їх розрахунку.

Оскільки система показників статистики туризму – це сукупність взаємопов'язаних числових характеристик статистичних показників, які деталізовано характеризують стан і розвиток процесів та явищ туристичного господарства у відповідних умовах часу й регіону.

На наш погляд, принципами для формування такої системи показників мають стати: системний підхід, встановлення затвердженого переліку показників для різних рівнів господарювання й управління, переліку конкретних стратегічних і тактичних цілей та відповідних їм показників ефективності; орієнтованість на соціально-економічну ефективність діяльності об'єктів сфери туризму.

Розглянемо групи показників, які безпосередньо впливають на розвиток туризму, як складової економіки регіону. Будь-який суб'єкт господарювання, зокрема туристичний, насамперед прагне отримати максимальний економічний ефект від здійснення своїх господарських операцій. Ефективність підприємства туристичної сфери визначається як співвідношення результатів діяльності до витрат. Отже, на основі значення групи показників ефективності туристичної діяльності можна здійснювати аналіз доцільності капіталовкладень, розробляти стратегію поведінки суб'єкта господарювання, проводити фінансовий аналіз туристичної діяльності. В отриманих даних, за результатами розрахунків цієї групи показників зацікавлені господарюючі суб'єкти в галузі туризму і потенційні інвестори.

Показники, які належать до групи моніторингу, визначаються специфікою предмета дослідження, метою й завданнями аналізу. У міжнародній туристичній методології прийнято, що туризм робить не тільки прямий внесок у розвиток економіки (отримання доходу підприємствами індустрії туризму), а й непрямий (залучення в туристичну діяльність суміжних галузей). Оскільки регіональні суб'єкти господарювання залежать від інших підприємств-постачальників, будь-які суттєві зміни витрат туристів приведуть

до змін на виробничому рівні економіки, доходів, зайнятості. Мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змін витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитись витрати туристів

Тому «ЮНВТО рекомендує застосовувати якісний універсальний показник непрямого впливу туризму на економіку країни або туристичний мультиплікатор» [2]. Непрямий вплив здійснюється завдяки повторним витратам, що вчиняються туристом у цьому регіоні. Засоби, які турист витрачає в місці призначення, утворюють дохід, що спричиняє ланцюгову реакцію «витрати – дохід – витрати». Отже, дохід, одержуваний від одного туриста, перевищує суму, витрачену ним у цьому місці призначення. Це зумовлено ефектом мультиплікації.

### *Література*

1. Григорашова С. С. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в чернівецькій області // Економіка. Управління. Інновації. 2011. № 2 (6). URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/grygorashova.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/grygorashova.htm).
2. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.
3. Заворуєва О. С. Статистичне вивчення тенденцій туристичних потоків України. Прикладна статистика: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. 2015. Вип. 16. С. 173–180.

---

**Sviatnenko V. Y.**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Management  
of Innovation and Investment Activities  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

## **LEVEL OF INNOVATION PROCESSES AND COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN ECONOMY**

The present puts before the enterprises many difficult problems (industrial, financial, marketing and others) which demand urgent decisions. Besides, it is necessary for the enterprises to adapt quickly to external changes, to support the competitiveness, to consider real market conditions, features of the innovative environment and own resource possibilities.

Competitiveness, economic growth and innovation activities are closely linked. Rate on innovations in the modern economic conditions is the most promising approach, because the victory in the competitive struggle get exactly those market participants who take an active position in the use of innovations. It is innovations that determine competitive advantages in the market struggle, the