

УДК 338.48:351(477)

Проскурня О.М.

*к.т.н, доцент кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних економічних відносин,*

Перерва П.Г.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних економічних відносин,*

Волченко А.С.

студентка,

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Анализ существующих определений понятия «туризм» приводит к выводу о том, что подавляющее большинство авторов трактует туризм только с точки зрения потребителя, т.е. туризм как путешествие, предпринятое с определенной целью. На наш взгляд, необходимо рассматривать туризм и с точки зрения производителя как сферы производства и реализации туристских услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами. Мы предлагаем следующее определение понятия «туризм» - это специфическая отрасль экономики, включающая в себя деятельность туристских предприятий по предоставлению комплекса туристских услуг и продаже туристских товаров в целях удовлетворения потребностей человека, возникающих в период его путешествия (поездки).

Традиционно в туризме выделяют три экономические функции: производственная, обеспечения занятости и создания дохода. Предлагается дополнить список экономических функций туризма функцией сглаживания региональных диспропорций, что является особенно актуальным на сегодняшний день, и функцией нивелирования отклонений платежного баланса. Реализация этих функций определяет место туризма в хозяйственном комплексе страны. Поэтому экономические функции туризма, на наш взгляд,

должны включать в себя следующие функции: производственную, обеспечения занятости населения, создания дохода, сглаживание региональных диспропорций, нивелирование отклонений платежного баланса.

Содержание государственного регулирования развития туризма определяется целями, стоящими перед государственными органами, а также теми инструментами, которыми располагает государство при проведении этой политики. Следует также отметить, что в некоторых странах государственная политика в сфере туризма зачастую не выделяется, а интегрируется в политику других секторов экономики, например, в производственную политику, политику платежного баланса и т.д. Однако при таком подходе неизбежно теряется целевая направленность регулирования развития туризма.

Применительно к сфере туризма нами был конкретизирован и расширен набор функций и методов реализации государственной политики регулирования развития туризма.

Нами была обобщена классификация инструментов регулирования туризма по сферам их применения.

1. В правовой сфере: совершенствование нормативно-правовой базы; развитие методологии лицензирования, стандартизации, сертификации в сфере туризма; таможенное регулирование; установление правил въезда, выезда и пребывания на территории РФ с учетом интересов развития туризма; борьба с преступностью и коррупцией.

2. В экономической сфере: налоговое регулирование; целевое бюджетное финансирование программ развития туризма; создание благоприятных условий для инвестиций в туризм; увеличение инвестиций в человеческий капитал.

3. В социальной сфере: решение проблем адресного социального туризма

4. В научно-образовательной сфере: развитие научного исследования в сфере туризма; создание информационно-аналитической базы; обеспечение профессиональных кадров для туристской деятельности.

5. В сфере организации туризма: формирование имиджа России на мировом рынке туризма; содействие в продвижении турпродукта на

внутренний и мировой рынки; содействие участию в международных туристских программах; создание условий для многоцелевого использования туристской инфраструктуры; координация деятельности и инвестиций государственного и частного секторов в области развития туризма.

5. Формирование государственной политики развития туризма.

Планирование развития туризма может вестись на международном, национальном и региональном уровнях. На международном уровне планирование - хотя и в ограниченных объемах ведут, к примеру, Всемирная туристская организация, региональные туристские организации. Этот уровень в структуре планирования отличается от других отсутствием системы контроля и принуждения. На национальном уровне планирование в туризме включает планы развития туризма для страны в целом. На региональном уровне планы развития туризма более детализированы и специфичны, чем общенациональные, и существенно отличаются от региона к региону.

Список використаних джерел:

1. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
3. Грабченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков : ХГПУ, 1999.- 242с.
4. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi.- Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019.- 689 p.
5. Гончарова Н.П., Яковлев А.И., Перерва П.Г. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267 с.