

ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНИХ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ У РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

О.І. Пономаренко, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: А.М. Попова, к.т.н.

Харківській національній автомобільно-дорожній університет

Туризм сьогодення є невід'ємною частиною світового бізнесу, інтернаціональною та високоприбутковою. Темпи росту у галузі туристичних послуг є вражаючими, а для деяких країн ця галузь є основним джерелом формування національних бюджетів.

Для України у поточному соціально-економічному стані пошук джерел для інвестування, прибуткових не тільки з погляду економічних, а ще й суспільних та охорони навколишнього довкілля є завданням стратегічно важливим для успішного подолання кризових явищ в економіці та суспільстві.

Розглянемо можливості існуючих та включення нових туристичних послуг на українських ринках та можливість надання їх на міжнародному туристичному ринку. Так у Україні з'явився, а якщо точніше почав чітко формуватися такий вид туристичних послуг як «зелений туризм», що ж не тільки привабливим об'єктом інвестування, що не вимагає об'ємних капітальних вкладень, а ще й є додатковим джерелом прибутків до місцевих бюджетів, додатковим фактором для стимулювання розвитку фермерських господарств (а отже з рештою і сільського господарства).

Експерти оцінюють можливості одночасного розвитку «зеленого туризму» на теренах України та у закордонному напрямку. Оскільки за галуззю туризму вже закріпилася назва «невидимого експорту». Чому запитаете Ви? Відповідь досить проста, адже нічого з країни не вивозиться, а навпаки сам споживач прибуває до свого об'єкту споживання.

Є також і скриті переваги не тільки місцевих громад, а й загалом для держави. Уся річ у доходах від міжнародної частини туристичної галузі, що надходить до держави у вигляді іноземних валют, що у свою чергу дасть можливість для збільшення валютних резервів та активації платіжного балансу.

Отже розглянемо більш детально можливості, що надає «зелений туризм» та питання які необхідно вирішити для ефективної реалізації даного виду діяльності в Україні. По-перше, розглянемо глобальне значення міжнародного туризму: це знайомство з культурою України та поширення її культури, що займає значне місце в світових економічних зв'язках розширюючи, змінюючи та активізуючи торгові операції між українською стороною і іншими міжнародними державами. По-друге, послуги представлені «зеленим туризмом» носять усі характеристики товару, а отже можуть виступати об'єктом купівлі-продажу на світовому ринку (а це транспорт, проживання, екскурсійні послуги, харчування сувенірна продукція та майстер класи з етнічних ремесл, інше). По-третє туристи є споживачами не тільки «традиційних наборів туристичних послуг», а ще й реалізуються товари та послуги легкої промисловості, харчової та інших, безпосередньо формуючи експортний обсяг товарів, тобто відбувається міжнародна торгівля українськими товарами на території України. Прихованим бонусом є «прихована реклама» українських виробників, за умови високих стандартів якості та задоволення потреб у можливому переміщенні придбаних товарів.

При усіх наведених характеристиках фінансові ризики, при даному експорті туристичних послуг та супутніх товарів, держава не несе, а от доходи від реалізованих у межах України товарів вище за той же обсяг реалізований по торговим домовленостям за кордоном. Є також групи товарів реалізація яких через традиційні канали збуту неможлива чи сильно ускладнена, а от при «туристичних закупівлях» успішно реалізується.

Сумуючи можна сформулювати усі переваги «зеленого туризму» в Україні. Зацікавленість у розширенні даного виду діяльності більш за все місцеві сільські громади, як з боку її членів так і з боку локальної влади. Головним аргументом є нові робочі місця та збільшення надходжень до місцевого бюджету.

Перелік посилань:

1. *Зовнішньоекономічне значення в'їзного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vechervkarpatah.at.ua/publ/test/zovnishnoekonomichne_znachennja_v39jiznogo_turizmu/6-1-0-1359*
2. *Лужанська Т. Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи : навч. посіб. / Лужанська Т. Ю., Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І. ; [за ред. д. г. н., проф. Волошина І. М.]. – К. : Кондор, 2008. – 385 с.*
3. *Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика : підручник. – Суми: ВТД Університетська книга, 2005. – 234 с.*
4. *Горьовий В. П. Менеджмент фермерських господарств [Текст] / В. П. Горьовий, С. В. Тимчук ; Уманський нац. ун-т садівництва. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 366 с.*