

**Соціальне** (лат. *socialis* — товариський, громадський) це сукупність певних рис та особливостей суспільних відносин, інтегрована індивідами чи спільнотами у процесі спільної діяльності в конкретних умовах, яка виявляється в їхніх стосунках, ставленні до свого місця в суспільстві, соціальних явищ і процесів [1]

**Маркетинг** (англ. *market* – ринок) – це комплексна соціально-економічна наука, яка системно вивчає закономірності формування і розвитку ринку продукції та послуг з метою задоволення сукупності споживчих потреб окремих осіб, підприємства, суспільства загалом, в процесі виробництва, розподілу, обміну, споживання для отримання прибутку й задоволення своїх потреб [2, С.5]

**Соціальний маркетинг** – це соціально-економічна наука, яка системно вивчає закономірності формування і розвитку ринку продукції та послуг з використанням соціальних явищ в суспільстві на безоплатній основі для задоволення потреб

Рис. 1. Схема визначення поняття “соціальний маркетинг” в сучасних умовах\*

\* Дослідження автора

**Література**

1. Соціальне [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальне>

2. Бочко О.Ю. Маркетингове забезпечення функціонування сільськогосподарських підприємств : автор. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Бочко О.Ю. – Львів, 2009. – 20 с.

3. Зюкова І. О. Соціальний маркетинг в молодіжному русі [Електронний ресурс] / Зюкова І.О., Крупенич Ю.О. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/40\\_OINBG\\_2014/Economics/6\\_183512.doc.htm](http://www.rusnauka.com/40_OINBG_2014/Economics/6_183512.doc.htm).

УДК 338.48.6:7/8(477.8)

Н. В.БОШОТА  
Мукачівський державний університет

**ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

В даний час туризм є однією з стрімко розвиваються галузей економіки. За даними статистики, світова туристична індустрія має близько 3,5 трлн . доларів оборотного капіталу, надає робочі місця приблизно 127 млн. чоловік і привертає більше 7% світових інвестицій. Туризм є найважливішим джерелом доходів для багатьох розвинених і країн, що розвиваються. Зараз на частку

туризму в країнах, що розвиваються припадає приблизно 10-15 % доходів, проте в деяких країнах цей показник набагато вищий.

Наприклад, питома вага доходів від туристської діяльності в загальній структурі доходних надходжень становить: на Кіпрі - 52 % , в Іспанії - 35 % , в Греції - 36 % . Туризм є вид діяльності, пов'язаний з культурної, соціальної, освітньої та економічною сферами суспільного життя. Галузь туризму є різновидом міжнародного співробітництва багатьох країн. Туристська індустрія впливає на політичні, економічні, соціальні та культурні зв'язки між різними державами .

Здебільшого європейські країни характеризуються високим рівнем розвитку туризму, зокрема наявністю природного і культурно-історичного потенціалу, кількісними та якісними показниками інфраструктури, обсягами залучення туристів. Важливу роль у цій діяльності відіграють державні структури, здійснюючи регулювання, фінансове, інформаційне та кадрове забезпечення. Уряди європейських країн визнають важливість державного фінансування туристичних програм іміджевого спрямування та розвитку цієї галузі.

Одним з основних джерел фінансування у сфері туризму є бюджетне фінансування в межах видатків, передбачених у державному бюджеті на відповідний рік. Державна політика в сфері регулювання фінансового забезпечення туризму не відрізняється системністю та поступовістю, постійно коливається між необхідністю інвестування в туризм і прагнення скоротити видатки бюджету. Очевидними є незначні обсяги бюджетного фінансування туристичної галузі. Незважаючи на таку політику влади надходження від сфери туризму до Державного бюджету України має позитивну динаміку.

Для забезпечення діяльності підприємств туристичної галузі можливі різні варіанти фінансування. Але для забезпечення добросовісної конкуренції між підприємствами необхідно застосовувати такі варіанти фінансування:

- пільгове кредитування;
- спрощена процедура кредитних проектів;
- страхування ризиків;
- зниження рівня відсоткових ставок;
- залучення додаткових ресурсів [2].

Для розвитку туристичного бізнесу в Україні, альтернативними можуть стати такі форми фінансування: Боніфінація відсотків і поручительство відносно позик і субсидій – уряд або спеціальний орган може гарантувати позики, надані комерційними банками на розвиток туризму. При цьому передбачається проведення оцінки ризиків та можливостей виконання проекту. Фінансування через бізнес-інкубаторів. Бізнес- інкубатор – організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності [1].

Венчурне фінансування. Новою для України, але достатньо відомою у світі формою інвестування є венчурне фінансування, яке має деякі відмінності порівняно із традиційними формами фінансування.

Одним з найобґрунтованіших методів, що найчастіше використовуються у туристичній діяльності, для одержання доходів є диверсифікація [3].

1. Диверсифікація видів туристичної діяльності (використання альтернативних можливостей одержання доходів від різних видів послуг).

2. Диверсифікація контрагентів. Туроператори здійснюють її, укладаючи контракти з декількома мережами готелів, перевізниками, страховими компаніями; створюють широку мережу турагенцій.

3. Диверсифікація портфеля цінних паперів. У разі інвестування у різні цінні папери декількох підприємств зростає ймовірність отримання доходу і зниження рівня ризику втрати прибутку.

4. Диверсифікація депозитного портфеля. За наявності тимчасово вільних коштів у підприємства туристичної індустрії їх можна розмістити на депозитне зберігання в різних банках.

Таким чином, враховуючи, що з одного боку, туризм є складною системою і залучає до свого функціонування велику кількість суміжних галузей, а з іншого – пріоритетність його розвитку для економіки країни ставить перед нашою державою створення обґрунтованого фінансово-інвестиційного механізму забезпечення подальшого його розвитку.

Фінансування передбачає залучення коштів в першу чергу в розвиток сучасної туристичної інфраструктури, внутрішнього та соціального туризму. Фінансове забезпечення повинно стати основою державної туристичної політики та сприяти розвитку економічного потенціалу країни.

#### **Література**

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 травня 2009 р. № 510 "Про затвердження Порядку реєстрації організацій, діяльність яких спрямована на задоволення потреб суб'єктів малого та середнього підприємництва".

2. Григор'єва Я.В. Фінансове забезпечення туристичної галузі: стан та проблеми / Я.В. Григор'єва // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – Львів: ЛьвДУВС, 2012. – Вип.2. – С.247-254.

3. Захарчук С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі // Економіка. Управління. Інвестиції. Електронне науково-фахове видання. – 2010. – №1(3).

4. Кулінська А. Особливості фінансового механізму державного управління суб'єктами невиробничої сфери (на прикладі туристичної галузі України) // Ефективність державного управління: Збірник наукових праць. - 2009. - Вип. 18/19. - С.468-476.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>