

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

В. О. СЕРГІЙЧУК

(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. *Мета статті* полягає в дослідженні стану соціально-економічного розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах європейської інтеграції. **Методика дослідження.** *Вирішення поставлених у статті завдань* здійснено за допомогою таких методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, діалектичного підходу. **Результати.** *Результати дослідження* свідчать, що в Україні існує низка проблем щодо рівня розвитку підприємств туристичного бізнесу, а також виявлено закономірність – державні туристичні заклади в більшості випадків є збитковими, а приватні отримують прибуток, проте незначний. Це, у свою чергу, пояснюється тим, що якість українського туристичного продукту є низькою, відсутня комплексна система управління використанням туристично-рекреаційних ресурсів країни, безпечних умов на об'єктах туристичних відвідувань; неспроможність туристичної пропозиції гнучко реагувати на зміни, які відбуваються у країні, і високий рівень витрат під час формування собівартості продукту (послуги), що знижує рівень цінової конкурентоспроможності туристичного продукту (послуги) країни. **Практична значущість результатів дослідження.** *Обґрунтовано* впровадження ентропійної методики оцінки стану соціально-економічного розвитку туристичного бізнесу. Така методика дозволить пояснити механізм прояву синергетичного ефекту в туристичній сфері на довгострокову перспективу.

Ключові слова: туристичний бізнес, туризм, туристична послуга, туристичний продукт, туристичне підприємство, дослідження, розвиток.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. У контексті сучасних світових тенденцій функціонування і трансформаційних перетворень глобальної економіки відбувається інтенсивний розвиток усіх її складових. Одним із динамічно зростаючих напрямів, що входять до її структури, є глобальний туристичний ринок. Розвиток туризму пов'язаний із підвищенням впливу останнього на розвиток міжнародних та внутрішньогосподарських зв'язків, покращенням економічного стану господарства країни й, як результат, представляє собою пріоритетний інструмент надходження доходів до бюджету країн світу.

Трансформація економічного простору передбачає приєднання України до всесвітньої туристичної індустрії, яка перетворюється

у складову частину світових економічних зв'язків. Проте, починаючи з моменту проголошення незалежності України, туристична сфера вважалася другорядною галуззю. Практичне вирішення завдання щодо розвитку туризму як найбільш перспективної та високо-рентабельної галузі економіки починається зі становленням туристичного ринку України у вересні 1995 року та прийняттям Закону України «Про туризм» [5].

Вступ України до Світової організації торгівлі (СОТ) є одним із головних напрямів підвищення активізації туристичних потоків в Україну. Тому ефективність функціонування туристичного ринку прямо залежить від збалансованості глобалізаційних процесів, проте, в Україні існують певні складнощі в розбудові туристичної інфраструктури.

Подальший розвиток туризму в Україні обґрунтовується Концепцією Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011–2022 рр. [7], метою якої є розвиток спортивної, туристичної і транспортної інфраструктури, створення умов для отримання права на проведення в Україні зимових Олімпійських та Параолімпійських ігор 2022 року. Також Концепція передбачає: здійснення комплексу заходів щодо забезпечення розвитку спортивної, туристичної та транспортної інфраструктури відповідно до міжнародних стандартів; відновлення і зміцнення наявної спортивної, туристичної та транспортної інфраструктури; збільшення обсягу валютних надходжень за рахунок створення сприятливих умов для розвитку туристичної індустрії; розроблення відповідних організаційних і нормативно-правових форм управління туристичним бізнесом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження аспектів функціонування та розвитку туристичного бізнесу висвітлюються у працях багатьох закордонних та українських учених, зокрема, Л. Агафонові, М. Біль, О. Черниш, В. Кифяк, Н. Сагалакової, М. Мальської, П. Пуцентейло, І. Школи, О. Березіна, М. Шарко, В. Федорченко, Е. Дж. Блейк, Г. Карпової та ін.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження соціально-економічного розвитку туристичного

бізнесу, виявлення конкурентних переваг потенціалу туристичного бізнесу, попиту та пропозиції туристичних послуг і подальшого розвитку експорту туристичних послуг України в умовах європейської інтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Під туристичним бізнесом розуміють єдину економіко-технологічну систему формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги. Він охоплює чотири основні елементи:

- 1) виробництво туристичних послуг;
- 2) комплектування туристичного продукту;
- 3) реалізацію туристичного продукту або окремої послуги;
- 4) споживання туристичного продукту (послуги) [4, с. 76].

У чинній класифікації ООН (Міжнародна стандартна галузева класифікація усіх видів економічної діяльності) туризм не виокремлюється як самостійна галузь або вид діяльності. Аналогічний підхід практикується як у Євросоюзі, так і в Україні.

Проте, якщо до туристичної індустрії України віднести усі галузі, підприємства яких займаються виробництвом туристичних товарів та послуг, то, згідно із класифікатором видів економічної діяльності (КВЕД) України, отримаємо таку структуру (табл. 1).

Таблиця 1

Суміжні галузі туристичного комплексу України [10]

КВЕД 2010-2014 Секція	Назва	Код ISIC
I	Тимчасове розміщення й організація харчування	55, 56
R	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	93
H	Транспорт, складське господарство, поштова й кур'єрська діяльність	50–51
N	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	79
K	Фінансова та страхова діяльність	64
J	Інформація і телекомунікації	58–63
A	Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	01–03
C	Переробна промисловість	10–11

Відповідно до табл. 1, важливою особливістю сучасного етапу розвитку туризму в Україні та зміни його організаційних форм є

проникнення у формування туристичного бізнесу транспортних, торговельних, промислових, банківських та інших організацій.

За даними платіжного балансу України, у 2014 р. оборот операцій, що пов'язані з послугами з подорожування, зменшився порівняно з відповідним періодом 2012 р. на 7,6 %, становивши 455,10 млн дол. США. Частка послуг за статтею «Подорожі» у загальному обороті міжнародних послуг України у 2014 р. зменшилася до 3,1 % (у 2012 р. вона становила 4,81 %). Основною проблемою реалізації експорту туристичних послуг на світовому ринку є невідповідність системи туристичного бізнесу в Україні умовам, які склалися на світовому ринку товарів та послуг.

Нижче представлена узагальнена класифікація соціально-економічних чинників розвитку туристичного бізнесу щодо визначення конкурентних переваг потенціалу туристичного бізнесу, попиту та пропозиції туристичних послуг (табл. 2).

Відповідно до табл. 2, формується низка чинників, причому певна частка чинників представляє собою дані, що отримані за допомогою обробки й аналізу статистичної інформації, а інші – за допомогою методу потенціалів, аналізу ієрархії тощо.

З метою оцінки розвитку бізнесу України за розміром інвестиційних вкладень проведемо дослідження (табл. 3).

Таблиця 2

Соціально-економічні чинники розвитку туристичного бізнесу в умовах європейської інтеграції

Чинники	Прояв	Завдання дослідження	Показники
Економічні	Розвиток техніко-технологічної бази туризму	Аналіз структури витрат на споживання туристичного продукту	Показники інвестицій та зайнятості населення, прибутковості тощо
Соціально-демографічні	Соціальне співвідношення населення, вікова структура, чисельність населення	Виявлення потенційних споживачів туристичного продукту	Аналіз динаміки туристичних потоків
Інфраструктурні	Кількість об'єктів санітарно-курортних та оздоровчих закладів, готелів, ресторанів тощо	Оцінка можливостей розміщення	Кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів, готелів, ресторанів тощо
Туристичне освоєння території	Динаміка й обслуговування іноземного, внутрішнього туристичного потоку	Аналіз динаміки та визначення тенденції туристичних потоків	Рівень використання місткості готелів, перспектива розвитку рекреаційних територій тощо

Таблиця 3

Показники капітальних інвестицій підприємств готельного та ресторанного господарства в Україні за 2011–2015 рр. [2]

Показники	Роки					Середнє значення
	2011	2012	2013	2014	2015	
Загальний обсяг капітальних інвестицій, млн грн	241 286,0	273 256,0	249 873,4	219 419,9	273 116,4	251 390,3
у % до попереднього року	–	113,2	91,4	87,8	124,5	×
Капітальні інвестицій щодо підприємств тимчасового розміщення, млн грн	1 010,8	1 534,7	872,2	867,1	890,2	1 035,0
у % до попереднього року	–	151,8	56,8	99,4	102,7	×
у % до загального обсягу	0,4	0,6	0,3	0,4	0,3	×
Капітальні інвестицій щодо підприємств діяльність із забезпечення стравами та напоями, млн грн	561,9	730,2	604,6	614,9	502,9	602,9
у % до попереднього року	–	130,0	82,8	101,7	81,8	×
у % до загального обсягу	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	×

Як видно з даних табл. 3, у 2015 р. в основний капітал готельного господарства за рахунок різних джерел фінансування було спрямовано 890,2 млн грн, що на 2,7 % більше, ніж за попередній рік. Протягом 2011–2015 рр. переломним щодо зростання капіталовкладень у цю галузь економіки був 2013 р. Так, частка отриманих як готельною, так і ресторанною сферами коштів протягом 2011–2015 рр. у загальному обсязі інвестицій в економіку України є спадаючою, що свідчить про втрату довіри інвесторів до українських проектів у зв'язку з політико-правовими обставинами у країні; як результат – висока ризиковість і недостатня прибутковість українських інвестиційних проектів. Загалом за підсумками про-

веденого дослідження можна стверджувати, що туристичний бізнес України розвивається, не дивлячись на кризовий стан країни, але поки що цей розвиток не є стабільним, так як нові підприємства в галузі з'являються, однак, вони невеликі й не володіють значним потенціалом.

Наступним економічним чинником, який необхідно врахувати, досліджуючи розвиток туристичного бізнесу в Україні в умовах глобалізації, є зайнятість населення в туризмі. Розглядаючи зайнятість у туризмі, слід ураховувати і середньомісячну заробітну плату одного працівника, і попит на робочу силу в туристичному секторі (табл. 4).

Таблиця 4

Показники зайнятості в туризмі в Україні за 2011–2015 рр. [2]

Показники	Роки					Середнє значення
	2011	2012	2013	2014	2015	
Середньооблікова чисельність зайнятих працівників в Україні, тис. осіб	20 324,20	19261,40	19 314,20	18 073,30	17 654,50	18 925,50
Середньооблікова чисельність працівників туристичного бізнесу, тис. осіб	334,50	326,70	328,90	309,10	297,10	319,30
у % до попереднього року	–	97,70	100,70	94,00	96,10	×
у % до загальної зайнятості населення	1,65	1,70	1,70	1,71	1,68	×
Середньомісячна заробітна плата працівників туристичного бізнесу, грн	1777,00	2057,00	2 249,00	2 261,00	2 786,00	2 226,00
у % до середнього рівня	67,50	68,00	68,90	65,00	66,40	×
Потреба роботодавців у працівниках тимчасового розміщення й організація харчування, тис. осіб	1,20	0,80	1,30	0,70	0,60	0,90

За даними табл. 4, протягом 2011–2015 рр. відбулося поступове зменшення кількості зайнятих у туристичному бізнесі. Так, у 2015 р. чисельність зайнятих у туристичному бізнесі становила 297,1 тис. осіб, або 1,68 % від загальної кількості працівників.

Протягом 2011–2015 рр. розмір середньорічної заробітної плати на підприємствах туристичного бізнесу був істотно меншим за середньорічну заробітну плату по країні, і ця різниця постійно збільшувалася. Співвідношення середнього рівня оплати праці в туристичному бізнесі протягом 2011–2015 рр. не перевищувало 68,0 %.

Слід відзначити негативну тенденцію у 2015 р. відносно 2011 р. щодо потреби підпри-

ємств туризму у працівниках. Вклад туризму в загальнонаціональний ринок зайнятості незначний, у той же час туризм є чинником, що акумулює створення нових робочих місць у суміжних галузях. Важливим негативним показником зайнятості в туристичній сфері є сезонність. Сезонність у туристичній сфері призводить до періодичного характеру зайнятості її працівників, що, у свою чергу, провокує втрати кваліфікованого персоналу.

Протягом 2011–2015 рр. дослідження спостерігалася стійка тенденція до зростання туристичних потоків в Україну (табл. 5).

За даними табл. 5 динаміка туристичних потоків в Україні за 2011–2015 рр. свідчить про скорочення потенційної можливості при-

Таблиця 5

Динаміка туристичних потоків в Україні за 2011–2015 рр. [2]

Показники	Роки					Середнє значення
	2011	2012	2013	2014	2015	
Загальний обсяг туристичних потоків, осіб	2 199 977	3 000 696	3 454 316	2 425 089	2 019 576	2 619 931
у % до попереднього року	–	136,4	115,1	70,2	83,3	×
Кількість туристів, які в'їхали в Україну, осіб	234 271	270 064	232 311	17 070	15 159	153 775
у % до попереднього року	–	115,3	86,0	7,3	88,8	×
у % до загального обсягу туристичних потоків	10,6	9,0	6,7	0,7	0,8	×
Кількість туристів, які виїхали з України, осіб	1 250 068	1 956 662	2 519 390	2 085 273	1 647 390	1 891 757
у % до попереднього року	–	156,5	128,8	82,8	79,0	×
у % до загального обсягу туристичних потоків	56,8	65,2	72,9	86,0	81,6	×
Кількість внутрішніх туристів, осіб	715 638	773 970	702 615	322 746	357 027	574 399,2
у % до попереднього року	–	108,2	90,8	45,9	110,6	×
у % до загального обсягу туристичних потоків	32,5	25,8	20,3	13,3	17,7	×

йому внутрішніх та іноземних туристів у країні загалом. У 2015 р. кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, становила 2 019,6 тис. осіб, що на 180,4 тис. осіб менше, ніж у 2011 р., та на 405,5 тис. осіб, або на 16,7 % менше, ніж у 2014 р. Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, скоротилася із 234,3 тис. осіб у 2011 р. до 15,2 тис. осіб у 2015 р.

Аналіз статистичних показників свідчить, що динаміка виїзного туризму у 2015 р. відносно 2011 р. збільшилася в 1,3 раза. Показники кількості внутрішніх туристів в Україні також демонструють тенденцію до зниження: у 2015 р. у порівнянні із 2011 р. – на 50,1 %, або на 358,6 тис. осіб. У структурі туристичного ринку України протягом 2011–2015 рр. пріоритетним залишається виїзний туризм. Так, у

2015 р. питома вага виїзного туризму становила 81,6 %, в'їзного – 7,3 %, внутрішнього – 17,7 %. Загалом, головними чинниками, що спричинили зниження попиту на відпочинок, є політична криза й коливання національної валюти.

Отже, проведений аналіз свідчить про те, що найбільш слабкою стороною туристичної галузі в Україні є діяльність туристичних підприємств у сфері залучення іноземних і внутрішніх туристів, тобто відбувається неефективне використання туристично-рекреаційних ресурсів для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

Аналіз динаміки фінансового результату підприємств туристичного бізнесу України показує, що більшість підприємств галузі за 2011–2015 рр. є збитковими (табл. 6).

Таблиця 6

Показники прибутковості підприємств туристичного бізнесу в Україні за 2011–2015 рр. [2]

Показники	Роки					Середнє значення
	2011	2012	2013	2014	2015	
Виручка від реалізації продукції (послуг), млн грн	12 940,70	16 519,30	16 726,90	14 346,30	17 674,10	15 641,50
у % до попереднього року	–	127,70	101,30	85,80	123,20	×
у % до виручки від реалізації продукції (послуг) підприємств за видами економічної діяльності	0,32	0,39	0,41	0,34	0,36	×

Продовж. табл. 6

Показники	Роки					Середнє значення
	2011	2012	2013	2014	2015	
Собівартість реалізованої продукції (послуг), млн грн	7 654,70	9 970,90	8 117,60	9 366,40	12 523,00	9 526,50
у % до попереднього року	–					×
Чистий прибуток (збиток), млн грн	–12,90	–108,20	–431,70	–6 887,60	–6 401,90	–2 768,50
Рівень рентабельності (збитковості), %	–0,10	–0,70	–2,60	–48,00	–36,20	×

Відповідно до даних табл. 6 виручка від реалізації туристичної продукції (послуг) у 2015 р. становила 17 674,1 млн грн, що на 4 733,4 млн грн, або на 36,6 % більше, ніж у 2011 р. Протягом 2011–2015 рр. чистий збиток підприємств туристичної діяльності мав тенденцію до зростання та у 2015 р. становив 6 401,9 млн грн. Рівень збитковості у 2015 р. перевищував 36,0 %.

Виходячи з такої динаміки, можна зробити висновок про наявні серйозні проблеми щодо рівня розвитку підприємств туристичного бізнесу в Україні та виникнення чіткої закономірності – державні туристичні заклади у більшості випадків є збитковими, а приватні отримують прибуток, проте незначний. Причинами цього є: низька якість українського туристичного продукту; відсутність комплексної системи управління за використанням туристично-рекреаційних ресурсів країни, безпечних умов на об'єктах туристичних відвідувань; неспроможність туристичної пропозиції гнучко реагувати на зміни, які відбуваються у країні; високий рівень витрат під час формування собівартості продукту (послуги), що, у свою чергу, знижує рівень цінової конкурентоспроможності туристичних послуг країни тощо.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямку. У результаті теоретичного узагальнення встановлено, що системний вплив туристичного бізнесу на економіку країни відбувається через системні ефекти (соціальний, соціально-демографічний, інфраструктурний тощо) та системні зв'язки із суб'єктами туристичної індустрії та інших видів економічної діяльності (сільськогосподарськими підприємствами, виробниками продуктів харчування, страховими компаніями, будівельними ком-

паніями, майстрами народних промислів, перевізниками, мисливськими, рибними та кінними господарствами тощо). У результаті цих впливів утворюється глобальна синергія туристичного бізнесу, що забезпечує багатofункціональний (диверсифікований) соціально-економічний розвиток економіки.

Тому виникає необхідність у розробці методики комплексної оцінки взаємозв'язку діяльності державних органів управління, керівництва підприємств туристичного бізнесу та суміжних галузей, персоналу, партнерів і споживачів, який спрямований на досягнення стратегічної мети й отримання соціально-економічного ефекту. Виникає потреба в упровадженні ентропійної методики оцінки стану соціально-економічного розвитку туристичного бізнесу. Така методика дозволить пояснити механізм прояву синергетичного ефекту в туристичній сфері на довгострокову перспективу.

ЛІТЕРАТУРА

- Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – Київ: Знання України, 2006. – 351 с.
- Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
- Державне агентство України з туризму та курортів [Електронний ресурс]: офіц. веб-сервер. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>. – Назва з екрана.
- Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – Київ: Центр учб. л-ри, 2007. – 224 с.

5. Про туризм [Електронний ресурс]: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr>. – Назва з екрана.
6. Карпова Г. А. Экономика и управление туристской деятельностью: учеб. пособие / Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. – Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2011. – 268 с.
7. Концепція Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011–2022 рр. № 2068-р від 27.10.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2068-2010-%D1%80>. – Назва з екрана.
8. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. – Київ: Центр учб. л-ри, 2004. – 272 с.
9. Мидлтон В. Менеджмент туризму / В. Мидлтон. – Москва: Юнити, 2009. – 536 с.
10. Національний класифікатор України: класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 № 530 від 26.11.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/op_dk009_2016.htm. – Назва з екрана.
3. *Derzhavne ahentstvo Ukrainy z turyzmu ta kurortiv. Ofitsiyni veb-server* [The State Agency of Ukraine for Tourism and Resorts. Official web server], Available at: <http://www.tourism.gov.ua>.
4. Diadechko L. P. *Ekonomika turystychnoho biznesu* [Economics of tourism]. Kiev: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 224 p.
5. *Pro turyzm: Zakon Ukrainy № 324/95-VR vid* [On Tourism: Law of Ukraine number 324/95-VR dated 15.09.1995 r.], Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr>.
6. Karpova G. A., Horeva L. V. *Jekonomika i upravlenie turistskoj dejatel'nost'ju* [Economy and management of tourism activities]. Sankt-Peterburg: SPbGUJeF, 2011. 268 p.
7. *Kontseptsiiia Derzhavnoi tsilivoi sotsialnoi prohramy rozvytku v Ukraini sportyvnoi ta turystychnoi infrastruktury u 2011–2022 rokakh № 2068-r vid 27.10.2010 r.* [The concept of the National Programme for Development of Ukraine sports and tourist infrastructure in the years 2011–2022 number 2068-r dated 27.10.2010 p.], Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2068-2010-%D1%80>.
8. Malska M. P., Khudo V. V., Tsybukh V. I. *Osnovy turystychnoho biznesu* [Basics of tourism]. Kiev: Tsentr uchbovoi literatury, 2004. 272 p.
9. Mydlton V. *Menedzhment turyzma* [Tourism Management]. Moscow: Yunyty, 2009. 536 p.
10. *Natsionalnyi klasyfikator Ukrainy: Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diialnosti DK 009:2010 № 530 vid 26.11.2010 r.* [National qualifier Ukraine: Classification of economic activities DK 009: 2010 number 530 dated 26.11.2010], Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/op_dk009_2016.htm.

REFERENCES

1. Ahafonova L. H., Ahafonova O. Ie. *Turyzm, hotelnyi ta restorannyi biznes: tsinoutvorennia, konkurentsiiia, derzhavne rehuliuivannia* [Tourism, hotel and restaurant business, pricing, competition, government regulation]. Kiev: Znannia Ukrainy, 2006. 351 p.
2. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [State Statistics Service of Ukraine], Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

В. О. Сергийчук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Социально-экономическое развитие туристического бизнеса Украины в условиях европейской интеграции.**

Аннотация. Цель статьи заключается в исследовании состояния социально-экономического развития туристического бизнеса в Украине в условиях европейской интеграции.

Методика исследования. Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения, диа-

лектического подхода. **Результаты.** Результаты исследования свидетельствуют, что в Украине существует ряд проблем по уровню развития предприятий туристического бизнеса и выявлена закономерность – государственные туристические заведения в большинстве случаев убыточные, а частные получают прибыль, однако незначительную. Это, в свою очередь, объясняется тем, что качество украинского туристического продукта низкое, отсутствует комплексная система управления использованием рекреационных ресурсов страны, безопасных условий на объектах туристических посещений; отсутствует возможность туристического предложения гибко реагировать на изменения, которые происходят в стране, и высокий уровень затрат при формировании себестоимости продукта (услуги), что снижает уровень ценовой конкурентоспособности туристического продукта (услуги) страны. **Практическая значимость результатов исследования.** Обосновано внедрение энтропийной методики оценки состояния социально-экономического развития туристического бизнеса. Такая методика позволит объяснить механизм проявления синергетического эффекта в туристической сфере на долгосрочную перспективу.

Ключевые слова: туристический бизнес, туризм, туристический продукт, туристическое предприятие, исследования, развитие.

V. Sergiychuk (Poltava University of Economics and Trade). **Socio-economic development business tourism Ukraine in conditions of European Integration.**

Summary. The purpose of the article is to study of the socio-economic development of tourism in Ukraine of European Integration. **Methodology of research.** The objectives of the article implemented by using the following research methods: analysis and synthesis, systematization and generalization, dialectical approach. **Results** of the study indicate that in Ukraine there are a number of problems concerning the level of tourism business enterprises and revealed laws – state tourist institutions are in most cases unprofitable, and private profit, however small. This in turn is because the quality of Ukrainian tourist product is low, the lack of a comprehensive management system for the use of tourist and recreational resources of the country, safe conditions at the sites of tourist visits; failure to travel offers flexibly respond to changes occurring in the country and the high level of spending in the formation of the tourism product, which in turn lowers the price competitiveness of the tourism product of the country. **Practical value.** Therefore, there is a need to introduce entropic methods of assessment of socio-economic development of tourism. This technique will explain the mechanism of display synergistic effect in the tourism sector in the long term.

Keywords: business tourism, tourism, tourist product, tourism enterprises, research and development.