

ПЛАН

Вступ

Розділ 1. Теоретичні засади функціонування туристичного ринку та його особливості.

Розділ 2. Порівняльний аналіз розвитку ринку туризму в Україні та світі.

Розділ 3. Проблеми, перспективи розвитку та механізм вдосконалення туристичного ринку в Україні з використанням світового досвіду.

Висновки

Список використаної літератури

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. теоретичні засади функціонування туристичного ринку та його особливості	5
РОЗДІЛ 2. Порівняльний аналіз розвитку ринку туризму в Україні та світі	10
РОЗДІЛ 3. Проблеми, перспективи розвитку та механізм вдосконалення туристичного ринку в Україні з використанням світового досвіду	18
ВИСНОВОК	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25

ВСТУП

XXI століття є епохою прогресу, інформації та наукових знань. Це епоха постійного руху. Економіка, як і інша галузі, не стоїть на місці, тому є багато факторів та секторів, які мають вплив на цей рух. Одним з них є туристичний ринок, який розглядаємо як чинник соціально-економічного піднесення.

На сьогоднішній день туризм є глобальним за масовістю, формами і технологіями організації відпочинку явище. Вплив туризму на зайнятість населення, формування малого і середнього бізнесу, сприяння соціально - економічному розвитку регіонів, а саме транспортної, комунальної, інформаційної, виробничої та сервісної інфраструктури, роблять туризм важливою складовою частиною економічного і соціального розвитку та одним із найбільш характерних проявів глобалізації.

За змістом своїм туризм досі лишається регіональним і національним. Туристична індустрія вітає національні традиції, стимулює їх розвиток, цінує національні страви та рецепти, діє за збереження природи і створення сприятливих соціальних умов для свого функціонування, саме тому, завдяки міжнародному туризму можна стати ближчим до певної культури, звичаїв, пізнання історії, культурних та духовних цінностей. До цього всього, туризм є також джерелом збагачення національної економіки.

До різноманітних аспектів дослідження проблем туристичного ринку звертались Ангелко І., Балабанов Г., Горбаль Н., Грачевська Т., Зайцева В., Карачина Н., Парфіненко А. та ін.

Туризм може бути не лише чинником економічного зростання і виходу країни на світовий туристичний ринок, а й засобом усебічної інтеграції у світовий економічний простір на засадах реалізації його комунікативно-інтеграційної складової. Тому тема курсової роботи є актуальною, тому що на сьогоднішній день стан туристичного ринку України є важливим питанням. Туристична

інфраструктура безумовно впливає на загальний економічний стан держави та виходить у ролі візитної карточки України.

Метою курсової роботи є аналіз стану туристичного ринку України, його проблеми та перспективи розвитку; порівняльний аналіз туристичного ринку України із світовим.

Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити теоретичні засади туристичного ринку, його характеристики;
- проаналізувати сучасний стан туризму в Україні;
- здійснити порівняльний аналіз розвитку туристичного ринку в Україні та світі;
- розглянути проблеми туризму в Україні, перспективи розвитку та методи його вдосконалення.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Категорія «ринок» – це будь-яка упорядкована структура, за допомогою якої забезпечується нормальна взаємодія продавця і покупця. Іншими словами можна сказати, що це взаємовідносини, які в процесі обміні між продавцями і покупцями виникають, формуючи попит і пропозицію. Саме з появою товарного обміну й з'явилося це поняття. Споживачів цікавлять блага і послуги. Вони пропонуються продавцями на певних умовах, а в свою чергу продавці мають на меті дізнатися, які товари і послуги зацікавлять покупців та які умови будуть вигідніші. Ринок виконує такі функції: інформаційну та регулятивну.

Без знання особливостей ринку на якому вона працює, неможливо формувати в підприємстві конкурентні переваги. Туристичний ринок є ринком послуг, вони є основним предметом обміну і складають 80% всього обсягу продажів на розвинених туристських ринках.

В окремих літературних джерелах туристичні послуги характеризують як будь-яку суспільно корисну діяльність, яка сприяє задоволенню матеріальних, нематеріальних туристичних потреб людини.

Відповідно до інших визначень, туристична послуга – це споживчий нематеріальний продукт, який з'являється в результаті людської діяльності в процесі виробництва через вплив на структуру визначеного об'єкта, шляхом використання потенціалу задоволення потреб людей перед, під час і після подорожі.

Туристичні послуги характеризують послуги, які надають споживачам, а саме туристичні й паратуристичні. Під туристичною послугою розуміють сукупність цілеспрямованих дій в галузі обслуговування, які орієнтуються на забезпечення і задоволення потреб туристів або екскурсантів, відповідають меті туризму, спрямованості туристичних послуг, туру, туристського продукту, що відповідає загальнолюдським принципам моралі і доброго порядку. Туристичні послуги мають

характеристики, які відрізняють послуги від товарів. До них відносять: невідчутність, нерозривність виробництва і споживання, мінливість і нездатність до зберігання.

Доцільно виділити такі функції туристичного ринку:

- реалізація вартості, яка входить до туристичного продукту;
- забезпечення покупців (туристів) туристичними продуктами;
- економічне забезпечення матеріальних стимулів до праці.

Ринок в туристичній сфері, як і будь-який інший включає суб'єкти та об'єкти, які є виробниками та споживачами послуг. Виділяють такі елементи туристичного ринку:

1. туроператори;
2. турагенти;
3. виробники туристичних послуг;
4. споживачі (туристи).

Організацію туристичного ринку показано на рис. 1. Зрозуміло, що попит на послуги туристичного ринку зумовлений бажаннями та смаками споживачів, тобто туристів.



Рис 1. Схема організації туристичного ринку

Функціонування ринкового механізму відбувається шляхом взаємозв'язку між попитом, пропозицією та ціною. Туристичний ринок доцільно поділити на такі категорії (таблиця 1).

Таблиця 1.

Категорії поділу туристичного ринку

<i>Критерій поділу</i>	<i>Типи туристичних ринків</i>
Географічний	Локальний, регіональний, державний, континентальний, світовий
За видом туристичних послуг	послуги з розміщення, харчування, туристичного обслуговування, туристичних перевезень
За віковими групами	Молодіжний туризм, сімейний, для пенсіонерів та інвалідів.
Місце проживання і місце відпочинку	Виїзний та в'їзний туризм
Ціль подорожі	Бізнесовий туризм, лікувально-оздоровчий, відпочинок, краєзнавчий, релігійний, культурний, мотиваційний.

Існують основні правила ринку, якими регулюється туристична сфера. Разом з тим в порівнянні відносно з ринком матеріальних благ, вона є специфічна. В основному особливості туристичного ринку впливають з особливостей попиту, а також з властивостей предмета обміну. З врахуванням цього доцільно виділяти: [1]

- ринок за рівнем доходів;
- ринок туристичних послуг з метою: відпочинку, реабілітації, навчання, у вирішенні службових справ, задоволення культурних, релігійних потреб тощо;
- ринок внутрішнього та міжнародного туризму.

Існують такі ознаки ринку туристичних послуг:

- збільшення пропозиції послуг та все ширша їх диференціація;
- збільшення кількості конкурентів, розширяють можливості досягненні своїх цілей;
- зміна вимог клієнтів, які з кожним роком важче задовольнити;
- широкий вплив змін зовнішнього ринкового середовища, а саме законодавчі, демографічні, виробничі, суспільно-культурні, технологічні та інші зміни.

Як ми вже зазначали, предметом обміну на туристичному ринку є туристичні послуги. Туристичні послуги ринку слід визначити як сукупність відносин обміну між продавцями, які надають туристичні послуги туристам та споживачами й інституціями, які купують ці послуги, визначаючи при цьому предмети туристичних потреб (представляючи попит).

Такими властивостями ринок характеризується:

- це є ринок благ і послуг, в якому переважають;
- туристичний попит об'єднує блага та послуги, продаж яких доповнюють один одного;
- споживання відбувається у місці пропозиції одночасно з наданням послуг;

- туристичний ринок функціонує не тільки у місці тимчасового перебування туристів, а й у місці їх постійного проживання, перед виїздом та після повернення з подорожі.

Можна зробити висновок, що туристичний ринок, як ринок послуг, має свої специфічні особливості, які слід враховувати при організації туристичного бізнесу.

Отже, щоб бути успішним на туристичному ринку, продавцеві необхідно бути завжди готовим запропонувати продукт найвищої якості, вміти не тільки швидко пристосуватись до мінливих запитів туристів, а й подекуди вміти передбачати їх.

РОЗДІЛ 2. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Розвиток туризму у світі є складною соціально – економічною системою. Індустрія надання послуг має багато напрямків, одним з найважливіших є міжнародний туризм. Розвиток міжнародної економіки та покращення добробуту людей покращують стан попиту на туристичні продукти і послуги. Для того, щоб розглянути розвиток міжнародного туризму доцільно дослідити ієрархію світового ринку (таблиця 2).

Таблиця 2.

Просторова структура світового господарства

<i>Рівень регіону</i>	<i>Географічний підхід</i>	<i>Інтеграційний підхід</i>
Метарегіони	Північна Америка, Африка, Європа, Азія	американський ринок, європейський ринок, азійсько-тихоокеанський ринок
Мегарегіони	Центральна Америка, Західна Європа, Південно-Східна Європа	ЕС, НАФТА, АСЕАН, ЧЄС, МЕРКОСУР
Макрорегіони	Балканські країни, країни Балтії, національні країни	Національно територіально-виробничий комплекс
Мезорегіони	Економічні райони в структурі національної економіки (Донбас в Україні, Ельзас і Лотарингія у Франції)	Регіональні територіально-виробничі комплекси, вільні економічні зони, євро регіони
Мікрорегіони	Територіальна частина в структурі економічного району (Силіконова долина в США)	Мікрорегіональні об'єднання
Локальні регіональні утворення	Міста, сільські райони	Кластери, комбінати тощо

В економіці окремих країн та регіонів міжнародний туризм виконує такі важливі функції:

- валютне джерело для країни і засіб для забезпечення зайнятості;
- збільшує вкладення у платіжний баланс і внутрішній валютний продукт країн;
- сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, які обслуговують сферу туризму;
- у зв'язку із зростанням зайнятості у сфері туризму збільшуються доходи населення і підвищується рівень добробуту нації.

Дослідження показують нам, що туристичний ринок послуг стрімко розвивається. За останні 25 років обсяги туристичного потоку зросли від 277 млн осіб у 1980 р. до 1,184 млрд осіб у 2015 р. У 2017 р. прогнозують середнє зростання туристичних потоків на 4%. При цьому найпотужніше зростатимуть туристичні потоки в Азіатсько-Тихоокеанському (4–5%) та Американському (4–5%) туристичних регіонах. [11]

У кожній країні туризм розвивається по-різному, і спирається на соціально-економічний розвиток самої країни та регіону. В рейтингу туристичних відвідувань перше посідає Європейський регіон, на який припадає більше половини (51%) відвідувань. На наступній сходинці розташований Азіатсько-Тихоокеанський регіон (22%), а на третьому місці – Американський туристичний регіон (16%). (рис. 2)

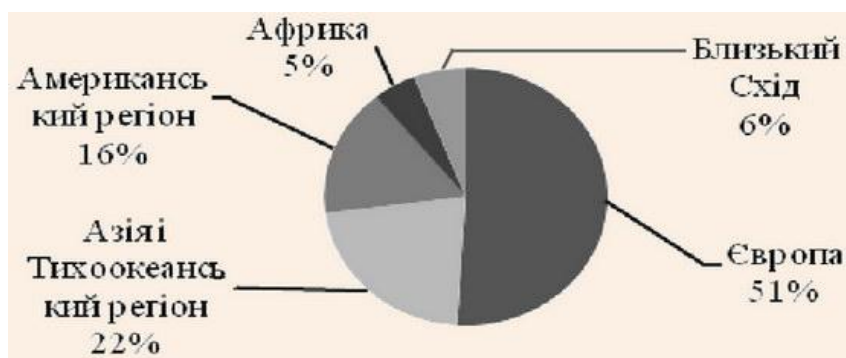


Рис.2. Регіональна структура світового туристичного ринку, %

За підсумками розрахунку Індексу міжнародної туристичної конкурентоспроможності TTCI (The Travel & Tourism Competitiveness Index) за 2016 рік, 6-те місце топ 10 країн з найвищим рівнем показника займає Європейський туристичний ринок (табл. 3).

Таблиця 3

Топ 10 країн з найвищим рівнем міжнародної туристичної конкурентоспроможності, TTCI, 2016 р.

Місце	Країна	Значення TTCI
1	Іспанія	5,31
2	Франція	5,24
3	Німеччина	5,22
4	США	5,12
5	Сполучене Королівство	5,12
6	Швейцарія	4,99
7	Австралія	4,98
8	Італія	4,99
9	Японія	4,94
10	Канада	4,92

За останніх вісім років середні темпи зростання обсягів міжнародних туристичних відвідувань зросли на рівні 2,4–5% в кожному із регіонів (табл. 4).

Таблиця 4.

Темпи зростання обсягів міжнародного туризму в туристичних регіонах, %

Роки	Світовий туристичний ринок у цілому	Туристичні регіони світу				
		Європейський	Африканський	Близькосхідний	Азіатсько-Тихоокеанський	Американський
2009	1,9	0,3	4	18	1	3
2010	-3,9	-6	3	-5	-2	-5
2011	6,5	3	7	14	13	6
2012	4,6	6	1	-8	6	4
2013	4,7	2	6	-2	6	6
2014	4,6	5	5	0	6	3
2015	4,2	3	2	5	5	8
2016	4,4	5	3	3	5	5

На майбутнє планується, що в країнах з розвинутою економікою (країни Азії, Латинської Америки, Центральної та Східної Європи, Близького Сходу та Африки) доходи від туризму будуть зростати до двох разів більше ніж від головних напрямків розвинених економік. Наслідком такого, країни з економікою, що розвивається стануть кращими за країни з розвинутою економікою за кількістю доходів в 2017 році. До 2030 року очікується, що 57% міжнародних доходів буде зареєстровано в напрямках країн з економікою, що розвивається і 43% в країнах з розвинутою економікою. Найбільше зростання регіонального розподілу туристських напрямків буде спостерігатися в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, у 2030 році. На Близькому Сході та Африці очікується збільшення доходів більш ніж у два рази. Зрозуміло, що зростання обсягів туризму веде до зростання витрат та доходів від такого туризму. Це свідчить про тенденцію збільшення витрат кожного туриста на подорожі (див. рис. 3).

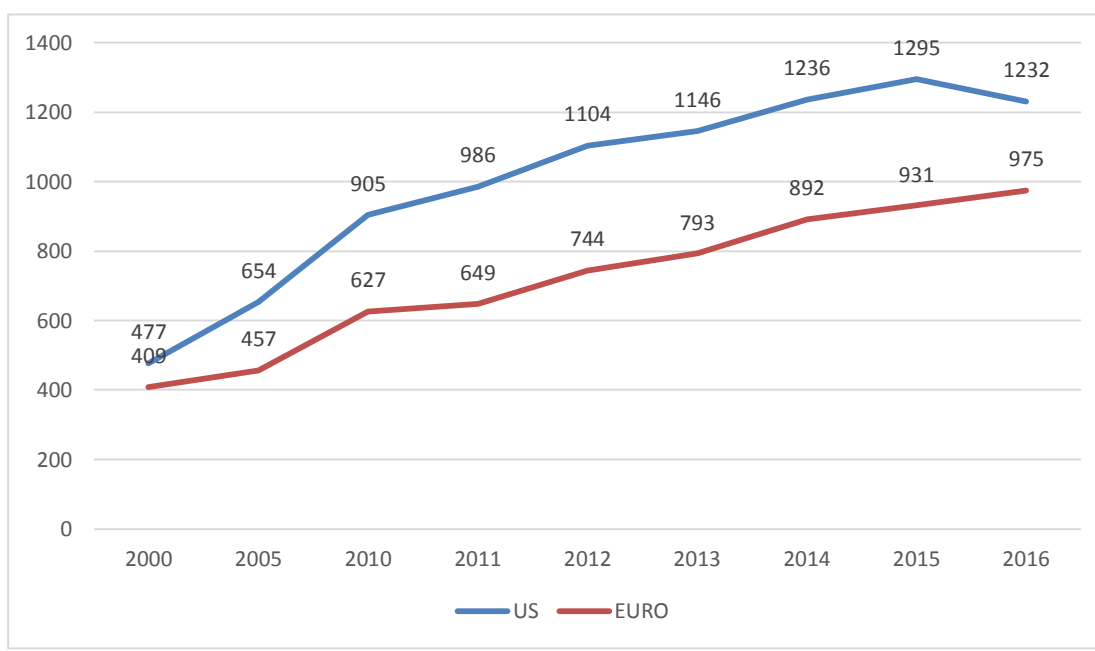


Рис.3 Дохід країн від міжнародного туризму 2000–2016 рр., млрд. дол. США

Дослідження тенденцій розвитку міжнародного туризму, дозволили виділити такі основні групи факторів, які стримують розвиток світового туристичного ринку та стимулюють його:

1. Наявність значних туристичних формальностей. Необхідність відкриття віз та проходження прикордонного контролю негативно впливають на темпи зростання міжнародних туристичних потоків. Не звертаючи увагу на те, що вигодами від глобалізації та розширення меж вільної торгівлі уже давно «користуються» основні галузі світового господарства, міжнародному туризму як одній із найперспективніших експортних галузей у зв'язку з наявним візовим режимом такі можливості недоступні.

2. Актуалізація питання безпеки самої подорожі. Це пов'язано з фізичним станом доріг, внаслідок природних катастроф, терористичних актів, військових дій та ін. Крім того знижується туристична привабливість територій унаслідок забруднення повітря води, спалахів різноманітних інфекцій, загостренням питання фізичної безпеки туристів тощо. Також на зниження туристичного іміджу впливає непередбачуваний та молопрогнозуючий вплив таких чинників.

3. Тенденція до зростання дефіциту кваліфікованого персоналу (технічного та управлінського) у сфері туризму. Щорічне зростання обсягів туризму супроводжується збільшенням кількості зайнятих у цій сфері (кожні нові 30 туристів «створюють» одне робоче місце). Оскільки сектор авіаперевезень та міжнародного туризму є другим у світі роботодавцем, прогнозується, що кількість зайнятих у ньому зросте до 338 млн осіб до 2023 р. (з них 58 млн осіб – зайнятих у сфері авіаперевезень). Тому на сьогодні пріоритетним завданням є співпраця приватного та суспільного секторів економіки в напрямі забезпечення відповідності між освітніми кваліфікаціями та потребами ринку.

4. Адаптація бізнес-стратегій щодо змін у структурі попиту. А саме: ріст «середнього класу» країн з розвинутою економікою, туристів зрілого віку (як

правило, пенсійного) та молоді у віці до 35 років (як правило, з успішних країн Близького Сходу) тощо.

5. Активізація співпраці у напрямі сталого розвитку туризму. Зростання міжнародного туристичного руху, який буде супроводжуватися збільшенням авіаперевезень, актуалізує питання зниження негативного впливу туристичної сфери на довкілля шляхом:

- стимулювання використання нешкідливих для повітря та води джерел енергії;
- популяризації екологічного способу використання природних ресурсів туристичної дестинації (від охорони природного середовища до екологічності в будівництві туристичної структури та технологіях туристичного обслуговування);
- розробки та впровадження програм захисту та відновлення пам'яток історико-культурної спадщини.[12]

Туристична індустрія як галузь світової економіки стає провідною в економічному та соціальному розвитку України. На сучасному етапі туризм не набув достатнього розвитку в Україні, про що свідчить 1,5–2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. Розглянемо рис.4. Низькі показники розвитку туризму в Україні та його вклад до світової скарбнички свідчать, що український туризм лише на стадії розвитку. Загальна позиція України в світових тенденціях не тішить, незважаючи на значний крок в розвитку.

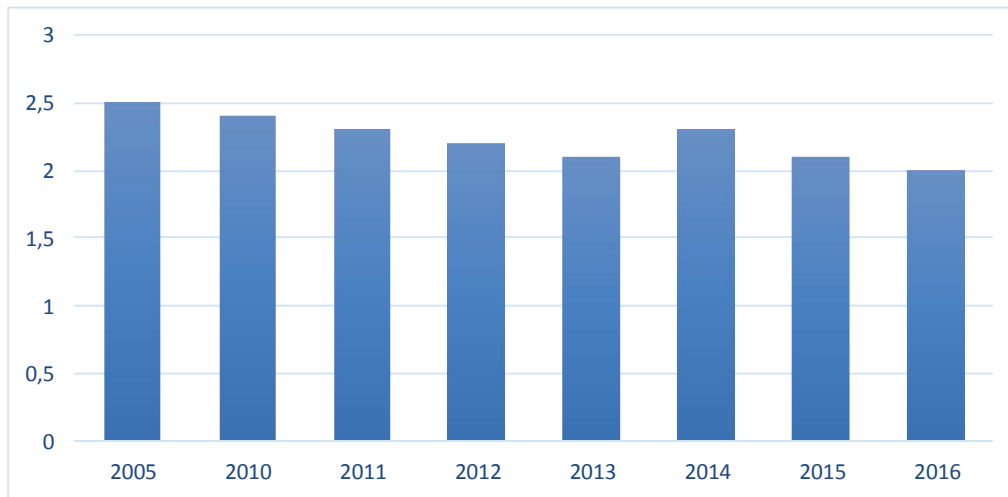


Рис. 4. Частка прямих надходжень від туристичної сфери до ВВП України

На сьогоднішній день Радою туристичних міст і районів вироблено проект туристично-інформаційного іміджу «UKRAINER» для покращення розвитку внутрішнього туризму країни. Такий розвиток туристичної індустрії на 2016–2020 рр. включає такі заходи, які будуть сприяти розвитку іміджу країни, такі як: реалізовувати маркетингові стратегії просування державного туристичного продукту; створювати і вводити іноземними мовами туристичного сайту Visit Ukraine; презентація туристичного потенціалу України на національних та міжнародних ярмарках, конференціях, форумах. Такі дії приведуть до розвитку міжнародного туризму в Україні. Міжнародний розвиток туристичної сфери в Україні, зміна його на джерело надходжень до бюджету, покращення іміджу України потребує розроблення певної нормативно-правової бази туризму, державної політики, узгоджених дій усіх органів влади з розвитку туристичної індустрії, а також створення різних туристичних продуктів, які будуть конкурентними та вдосконалення туристичної сфери.

Отже, порівнюючи туристичний ринок України зі світовим зрозуміло, що Україна є всього лише маленькою частиною світового ринку, а саме європейського,

який є найпоширеніший. Україна, як молода держава, лише розпочинає свій ріст, і завдяки великій історії та пейзажам держава є приваблива для туристів.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА МЕХАНІЗМ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

На сучасному етапі господарювання на розвиток туризму в Україні негативно впливає напружена політична ситуація. Анексія Криму, події на сході та півдні країни вже зараз спричинили значні зміни в структурі та обсягах в'їзних і внутрішніх туристичних потоків. Через окупацію Криму відбулися втрати близько 30% рекреаційно-туристичного потенціалу. А значить, частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку на узбережжі моря, змушена їхати за кордон чи відмовитися від такого виду відпочинку.

Незважаючи на те, що в'їзний туризм стримують багато факторів, до яких відносять політичну й економічну нестабільність, унаслідок цього скорочення маршрутів, відсутність необхідної матеріальної бази, антиреклама України на Заході, негативна інформація про суспільний і політичний стан в Україні та багато інших, країна все ж має передумови і потенціал для розвитку міжнародного туризму.

Туристичний бізнес конкретно в Україні направлений не на прийняття туристів, а навпаки на виїзд (рис.5).

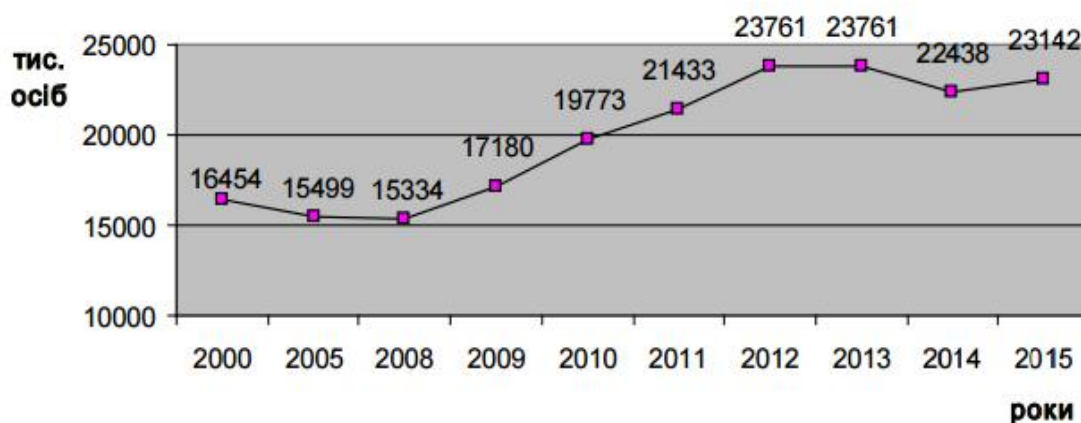


Рис.5. Кількість громадян України, які виїжджали за кордон

Більшість діючих у нас туристичних фірм воліють займатися відправленням своїх співвітчизників за кордон, і лише невелика їхня частка працює на залучення гостей в Україну. Усе роблять так, щоб капітал від туристичного бізнесу спливав за кордон продовжуватися і далі. В Україні є всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. До цих передумов відносять:

- особливості географічного положення та рельєфу,
- клімат, який є сприятливим для споживачів,
- багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Однак, на фоні розвинутого світового туризму, Україна виглядає непривабливо. У сьогоднішній Україні є своєрідними інвесторами зарубіжних країн, що є одним із найбільш проблем туризму. Саме туризм лише у вигляді доходів від оподаткування міг би приносити в державу до 4 млрд. дол. щороку. Причини такого занепаду слід шукати в розвитку соціально-економічного сектору держави, в неправильно поставлених завданнях у туристичній галузі, відсутності ефективної стратегії розвитку цього сектору як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема, вважаємо, є значно ширшою. Вона стосується, мабуть, не лише туристичної галузі України, а взагалі шляхів залучення країн з перехідною економікою (до яких належить і Україна) до могутніх інтеграційних процесів та конкурентоздатності таких економік на світовому ринку.

На сучасному етапі в українському туризмі проблемою є неефективне та нерациональне використання ресурсів, рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає потенціалу, який ми маємо. До основних проблем відносять:

- нерозвинену інфраструктуру;
- низьку якість обслуговування;
- відсутність якісної реклами та глибинної інформації про готелі, санаторії, тури в межах країни.

В основі державної політики в галузі туризму повинні бути такі чинники:

- стимулювання державного внутрішнього та іноземного туризму;
- забезпечення підвищення якості та розширення вибору туристичних послуг, поліпшення умов обслуговування туристів;
- поетапна приватизація туристичних об'єктів з їх інфраструктурою, що дозволить ефективніше їх використовувати;
- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів;
- державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України, залучення до цих заходів інвесторів;
- залучення коштів суб'єктів господарювання, підприємств туристичної діяльності для розвитку інфраструктури туризму (дороги, пункти пропуску, системи водопостачання та каналізації, зв'язок, служби сервісу тощо);
- організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;
- сприяння організації виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів і відпочиваючих у високоякісних продуктах харчування;
- залучення приватного сектора, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського зеленого туризму);
- створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького тощо);
- сприяння держави просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту України через міждержавні угоди та програми;
- створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристичного бізнесу;
- проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств, використання природного

та історико-культурного потенціалу країни, створення геоінформаційної системи "Туризм в Україні" тощо.

В той самий час доцільно реалізувати науково-організаційні програми які дозволять забезпечити екологічно допустимі масштаби і темпи розвитку рекреаційно-туристичних зон, а саме:

- проведення комплексних ландшафтно-екологічних та історико-культурних досліджень території України, встановлення диференційованих норм туристичного навантаження на довкілля;

- перегляд природо- та пам'яткоохоронних нормативно-правових актів із метою посилення відповідальності за їх порушення;

- обґрунтування на основі норм антропогенного навантаження гранично допустимих меж сумарної місткості об'єктів, розміщених у туристичних центрах.[18]

Першими кроками щодо реалізації основних напрямів є:

- розроблення нормативно-правової бази з питань туризму, здійснення за участю Державного комітету України по туризму експертиз проектів законодавчих та інших нормативно - правових актів у цій галузі;

- здійснення пересертифікації послуг в туристичній індустрії;

- проведення паспортизації туристичних підприємств і організацій;

- покращення порядку ліцензування суб'єктів туристичного підприємництва;

- надання пільг для можливості оздоровчого відпочинку для дітей – сиріт, жертв ЧАЕС інвалідів та соціально незахищених ;

- створення високоякісної реклами національного продукту;

- проведення в Україні міжнародних і національних туристичних виставок, салонів, бірж, ярмарків, фестивалів, конкурсів тощо, організацію участі вітчизняних виробників туристичного продукту в аналогічних заходах за межами України з метою залучення в Україну щонайбільшого числа іноземних туристів;

-покращення умов щодо візових, прикордонних та митних справ шляхом спрощення;

-створення турагенств України за кордоном;

-створення цікавих туристичних програм щодо історії нашої держави, звичаїв, культури і т.д.;

-підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму.[19]

Реалізація основних напрямів буде стимулювати туристичну діяльність в Україні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими важливими сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни. Ці заходи повинні сприяти зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу населення.

Ситуація, що склалася в туристичній індустрії в останні роки, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсивності виробництва туристичного продукту, забезпечення необхідної його якості. Проблеми, які можна спостерігати сьогодні в галузі туризму України, є наслідком того економічного минулого, яке залишилося нашій державі після розпаду Радянського Союзу. Тому ці явища є досить глибинними, а їх розв'язання потребує комплексного та продуманого підходу. [4]

Готелі також є вагомою проблемою як і якість самого обслуговування. Український п'ятизірковий готель не зрівняється з п'ятизірковим готелем іншої розвиненої країни. На сьогодні, готельна справа починає рухатись, але ще без результатів. Технологічна відсталість також стосується мінусів розвитку туризму. Низький рівень обслуговування зумовлений загальною кваліфікацією працівників, їхнім ставленням до роботи.

ВИСНОВОК

Дана тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки України. Туристичний ринок інтенсивно розвивається у світі. В Україні є великий резерв того, що туристам потрібно: гори, водойми, цікава культура, та загалом природа, є багато оздоровчих санаторіїв та зон для відпочинку. Тому й наша держава може запропонувати свій продукт за всіма напрямками туризму, які є перспективними, а саме: пригодницький туризм, екологічний, культурно-пізнавальний та тематичний. Вважаємо, що крім раніше зазначених причин не високого рівня розвитку туристів є те, що Україні не «пропіарена» у світі. Наша нація виділяється з-поміж інших. Тому, лише вивчаючи українську культуру, іноземець може дізнатися про унікальність нашої країни та народу. Туристичний потенціал України розкрито неповністю, про що свідчать 1,0–2,0% туристичної галузі у структурі ВВП країни. При чому частка туристичної галузі у світовому ВВП - 10%. На сьогодні, розвиток економіки має іти поряд не лише з політикою (як є в Україні), а й з такими сферами як телекомунікації, писарство (в Україні є талановиті письменники), музична сфера (існує багато «нерозкручених» гуртів, які варті уваги) та різні сфери шоу-бізнесу. Коли люди з інших країн будуть знати певних виконавців чи знаменитостей – це збільшить наплив туристів. Наприклад, якщо відомий виконавець буде знімати кліп на просторах України, його іноземні шанувальники захочуть не лише відвідати концерт, а й відвідати місце зйомки. На жаль, Україні відстає у всіх секторах шоу-бізнесу та економіки і все, що лишається, це чекати, коли до влади прийде нове покоління, ті, хто не будуть боятися реалізовувати нові ідеї.

Розвиток туристичного ринку в Україні, перетворення його на джерело значних і стабільних надходжень до бюджету, підвищення іміджу України у світі вимагає від нашої країни розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму, активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та

місцевої влади з розвитку туризму, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, суттєвого вдосконалення туристичної інфраструктури. Перспективи відновлення в'їзного туристичного потоку також пов'язані зі стабілізацією ситуації на сході країни, розвитком євроінтеграційних процесів, що покращить зовнішній імідж та зміцнить авторитет держави на міжнародному ринку туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Агафонова Л. Г.* Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К. : Знання України, 2002. – 358 С.
2. *Ангелко І.* Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. Ангелко // Український соціум. – 2014. – № 2 (49). – С. 71–79.
3. *Бойко М. Г.* ціннісно орієнтоване управління в туризмі / М. Г. Бойко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 524 С.
4. *Бондаренко М.П.* Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / Бондаренко М. П. // Економіка і прогнозування / науковий журнал ; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. – 2011. – № 1. – 104–119 С.
5. *Дядечко Л. П.* Економіка туристичного бізнесу / Дядечко Л. П. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 С.
6. *Зайцева В.* Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. Зайцева, О. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8). – 55–65 С.
7. *Карачина Н.* Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції / Н. Карачина, О. Савіцька // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (08). – 109–113 С.
8. *Квартальнов В.А., Романов А.А.* Міжнародний туризм: політика розвитку: Навчальний посібник. - М .: Радянський спорт, 2006 – 142 С.

9. *Кондратенко О. О.* Аналіз потоків клієнтів на ринку туристичних послуг України напередодні визначних спортивних подій / Кондратенко О. О., Сverdло Т. О. // Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. – 2012. – № 3. – 198–204 С.
10. *Міністерство культури і туризму України* «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі»
11. *Парфіненко А.* Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – 12–23 С.
12. *Прейгер Д., І.Малярчук.* Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів" // Економіка України", № 6 (червень) 2001 р., 20-28 С.
13. *Романюк С.* Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С. Романюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novosti-turbiznesa.info>.
14. *Ткаченко Т. І.* Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2009. – 463 С.
15. *Устименко Л. М.* Історія туризму : навч. посіб. / Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. – К. : Альтерпрес, 2005. – 320 С.
16. *Цибух В.* "Конкурентоспроможність української економіки: орієнтири макрополітики в кризових умовах" // "Економіка України" №4 (квітень) 2004 р., 4 - 14 С.
17. *Цибух В.* "Туризм в Україні" // "Економіст", №6 (June) 2000 р., 34-35 С.
18. *Школа І. М.* Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / Школа І. М. – Чернівці : [б. в.], 2003. – 662 С.