

**Міністерство освіти і науки України**  
**Тернопільський національний економічний університет**  
**Кафедра економічної теорії**

**Міждисциплінарна курсова робота**

**з**  
**економічної теорії**  
**на тему:**

**«Туристичний ринок в Україні та світі: тип, структура, сучасний стан та перспективи розвитку»**

Студентки ІІ курсу групи МЕНМФ-21  
Дмитрук У.І.

Науковий керівник:  
професор, доктор сільськогосподарських наук Гайда Ю.І.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

**Тернопіль - 2017р.**

## Зміст

Вступ.....	3
Розділ 1. Структура і типологія туристичних послуг.....	6
Розділ 2. Аналіз сучасного стану туристичного ринку в Україні та світі.....	10
Розділ 3. Тенденції та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні.....	18
Висновок.....	23
Список використаної літератури.....	25

## Вступ

Ринок являється однією з найбільш розповсюджених категорій в господарській практиці і економічній теорії. Сучасна економіка становить собою синтез значного числа ринків, які між собою взаємодіють, наприклад, валютного ринку, ринку праці, ринку засобів виробництва, капіталу, фондового ринку та інших, в тому числі ринку туристичних послуг.

У реаліях сучасності ринок туристичних послуг це доволі непроста, багатоаспектна і багаторівнева система. Цей ринок сформувався в результаті того, що у людей з'явилась потреба у змістовному проведенні дозвілля, пізнанні світу та навколишнього середовища. У багатьох країнах світу стан ринку туристичних послуг є своєрідним показником соціально-економічного ступеня розвитку держави та окремих регіонів.

**Актуальність теми дослідження.** У багатьох країнах світу індустрія туризму розвивається як система, що надає практично всі без винятку можливості для того, аби людина ознайомилась з історичним минулим, культурною спадщиною, традиціями, духовними й релігійними цінностями даної країни та її народу. Чимало країн завдяки туризму часто отримували змогу оздоровити всю національну економіку. Також є достатня кількість держав, в яких туризм відіграє істотну роль у формуванні ВВП, створенні нових робочих місць і забезпеченні зайнятості жителів, покращенні зовнішньоторговельного балансу, є джерелом валютних надходжень і одним з факторів економічного зростання. Туризм може виступати свого роду каталізатором соціально-економічного розвитку для таких ключових галузей економіки як комунікація та транспорт, аграрна індустрія, будівнича сфера, виробництво продуктів народного споживання та ін. Туристична індустрія стала одним з найбільш рентабельних видів бізнесу в світі.

У міжнародній економіці простежується постійний приріст доходу від туризму – з 5,27 млрд дол. США у 2000 р. до 2,06 трлн дол. США у 2014 р. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації у 2014 р. сукупний внесок туризму у

світовому ВВП склав 9,3 %. При цьому за рахунок країн Європи сформувалось більше 25 % цього внеску.

Аналізуючи рівень забезпеченості історико-культурними та природними ресурсами країн Європи, то варто сказати, що Україна посідає одне з провідних місць. Саме ці ресурси є значущими елементами розвитку туристичної галузі держави, тому що здатні стимулювати масштабну зацікавленість у зарубіжних та вітчизняних туристів. Згідно з даними Світового економічного форуму, за обсягами подорожей і туризму Україна посідає лише 78 місце з 124 країн світу. У зв'язку з цим безпосередньо дана сфера залишає чималі можливості для пошуків та активної діяльності. Галузь туризму завдяки забезпеченню природними, трудовими, історико-культурними ресурсами цілком може претендувати на провідне місце в економіці країни.

Прогресивний розвиток туристичної сфери сприяє зростанню надходжень до держбюджету, формуванню нових робочих місць, розвиває торгіву діяльність, транспортні перевезення, стимулює до розбудови нових шляхів (доріг), готелів і туристичних баз. Таким чином, дослідження тенденцій розвитку ринку туристичних послуг на теренах України є досить актуальним питанням.

**Об'єктом дослідження** є ринок туристичних послуг України та світовий туристичний ринок.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Важливість вивчення та проведення дослідження сучасного стану та розвитку національного та світового ринку туристичних послуг обумовило значиний інтерес з боку зарубіжних і українських вчених.

Так, Папірян Г. А. визначає основні положення економіки туризму на рівні галузі, характеризує туристичний ринок і механізм його функціонування, зображає схему формування ціни на даному ринку, описує елементи, які впливають на неї, з'ясовує основи міжнародного туристичного бізнесу. У роботах українських вчених Любіцевої О.О., Ткаченко Т.І., Шульгіної Л.М. знайшли своє відображення дослідження різноманітних аспектів туристичного ринку. Першочергово увага звернена на структурно-типологічні ознаки ринку

туристичних послуг, умови та фактори формування і територіальну організацію туристичної індустрії як фундаменту розвитку національного туристичного ринку.

**Мета і завдання дослідження.** Метою курсової роботи є розгляд теоретичних аспектів туристичного ринку, обґрунтування його сутності та аналіз можливості розвитку ринку туристичних послуг в Україні та світі, а також визначення шляхів його вдосконалення. Дана мета передбачає реалізацію певних завдань:

- визначити суть понять «послуга», «туристична послуга», «туристичний ринок»;
- з'ясувати суть та функції туристичного ринку, а також уточнити ознаки туристичної послуги, її типологію та структуру;
- в'яснити, які фактори впливають на розвиток ринку туристичних послуг;
- виконати аналіз сучасного стану туристичного ринку в Україні та світі;
- проаналізувати тенденції та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні та визначити раціональні шляхи його вдосконалення.

## Розділ I

### Структура і типологія туристичних послуг

Туристична сфера є достатньо диференційованою і для неї є характерним надання різноманітних можливостей для організації різноманітних подорожей. Буквально кожен запит туристів можливо виконати завдяки різнобічності туристичних послуг. За кордоном сфера послуг являється однією з галузей, які досить швидкими темпами розвиваються в економіці. У розвинутих державах світу частка послуг у ВВП перевищує позначку 70 %.

Насамперед, з'ясуємо суть туристичної послуги. Отже, послуга – це дія, результат якої споживається людиною або групою людей в процесі її надання. Дане поняття включає в себе цілеспрямоване функціонування виконавця послуги задля принесення користі споживачеві, коротко кажучи – обслуговування; виконання конкретної обумовленої роботи, тобто сам процес; і відповідно завершальний етап – кінцевий результат реалізації послуги.

Туристичною послугою може бути лише сукупність послуг з задоволення потреб туриста у відпочинку, комфортному пересуванні, харчуванні та інших, які сприяють якнайкращій організації мети подорожі.

За значенням в процесі подорожування туристичні послуги діляться на:

- основні, подорожування без яких є нездійсненним. Це такі послуги, як розміщення, харчування, всі види перевезень, страхування.
- додаткові, які забезпечують комфорт у період подорожі. До них належать послуги спеціальних видів зв'язку (комунікативні) й гідів-перекладачів, екскурсійне забезпечення, обмін валюти, медичні, інформаційні, побутові, торгівельні, культурно-видовищні, спортивно-оздоровчі послуги тощо. [9, с.66]

Даний поділ умовний, адже з погляду споживчих властивостей суттєвої різниці між ними немає. До основних відносять ті послуги, які включені до головної програми і оформлені путівкою. Додаткові послуги турист отримує самостійно на місці перебування, вони не включаються в ціну путівки.

Основні послуги індустрії туризму в більшості випадків формуються з транспортного обслуговування, харчування і розміщення. Втім, коли мандрівка організована з пізнавальними, спортивними, професійно-діловими, релігійними цілями, то послуги, що зазвичай відносять до додаткових, цілком можуть бути основою турпоїздки. А отже, відмінність між основними і додатковими послугами полягає в їх співвідношенні із купленим пакетом послуг.

Також турист окрім вищезгаданих послуг, які є нематеріальними, може отримати специфічні товари або ж матеріальні послуги, такі як різноманітні сувеніри, туристичне спецпорядження, тематичні товари для відпочинку, поліграфічні товари інформаційно-довідникового характеру, а саме, плани населених пунктів (міст, сіл), карти метро, довідники, буклети і таке інше.

Для туристичної послуги, як і для послуги будь-якого іншого типу, характерна наявність певних специфічних ознак. Їх можна окреслити чотирма «НЕ», а саме:

- невідчутність;
- нерозривність виробництва та споживання;
- неможливість нагромадження та зберігання;
- неоднорідність та мінливість якості.

Розглянемо ці ознаки детальніше. Вищезгадана невідчутність являється ознакою саме дії послуги, тобто зрозуміло, що сприйняття її на дотик є нездійсненним. Звідси випливає, що її нагромадження і зберігання є неможливим. Результатом того, що процес виробництва/споживання туристичних послуг відбувається одночасно, є неоднорідність та мінливість добротності послуги. Більша частина послуг не є надто розповсюдженою і завжди в певній мірі є індивідуальною, а це відбивається як на створенні, так і на використанні послуг. Такі фактори, як час, місце надання, кадровий склад, рівень кваліфікації прямо впливають на якість обслуговування. [2, с.27]

Специфіка туристичної послуги лежить в основі туристичного ринку. Його сутність проявляється в задоволенні потреб людства у послугах, які пов'язані з відпочинком, оздоровленням. Структуроутворюючими одиницями

ринку є споживач та виробник туристичної послуги, різноманітні взаємозв'язки між якими утворюють ринкові структури попиту та пропозиції. Економічний зміст та сутність туристичного ринку розкривається через функції, які він виконує та через надання цим функціям конкретної характеристики. Сучасний ринок туристичних послуг виконує наступні специфічні функції:

- регулятивна функція заключається в тому, що ринок забезпечує рівновагу між попитом та пропозицією, узгодження виготовлення і використання туристичних продуктів в цілому та по окремих сегментах зокрема;

- стимулююча функція - забезпечує вплив на збільшення фінансової продуктивності виробництва турпослуг в умовах конкурентної боротьби та підвищення якості пропозиції відповідно до особливостей попиту в різних інтернаціональних ареалах;

- оптимізаційна функція - покращує кількість та якість елементів виробництва туристичних послуг, «показує» виробникам які, скільки та для кого потрібно виробляти туристичні послуги;

- інформаційна функція – інформує про те, які попит і пропозицію мають різні види туристичних послуг, забезпечує встановлення ціннісних еквівалентів для купівлі-продажу туристичних продуктів;

- сануюча функція - ринок викреслює з обігу ті туристичні послуги або їх виробників, які не в змозі забезпечити мінімальний стандарт якості. [5, с.20]

На мою думку, до вказаних вище функцій ринку туристичних послуг можна приєднати ще одну - економічну, адже на туристичному ринку саме вона являє собою матеріальний стимул праці.

Також необхідною особливістю функціонування ринку туристичних послуг є кон'юнктура. Вона відтворює економічну ситуацію, що формується на ринку, першорядні дані та ознаки, які описують його поточний стан в даний час і в даному місці. На мікрорівні досліджуються короткострокові коливання і зміни балансу попиту і пропозиції, що надають великий вплив на роботу суб'єктів ринку, на макрорівні – середньо- та довгострокові тенденції розвитку ринку, які



враховуються в галузевій та національній стратегії соціально-економічного розвитку. [10, с.8]

## Розділ II

### Аналіз сучасного стану туристичного ринку в Україні та світі

Зміна економічних процесів в Україні, які раптово проходять водночас з реформуванням політичного напрямку країни, без винятку зачіпають абсолютно всі області національної економіки. Туристична індустрія як одна з високорентабельних галузей економіки стає провідною в соціально-економічному розвитку України. Здійснюючи дослідження українського ринку туристичних послуг у національному та регіональному вимірах, варто виділити певні особливості його функціонування. До основних відносяться:

- постійне збільшення пропозиції послуг, зважаючи на зростаючий попит;
- поява досвідчених спеціалістів для роботи в галузі, у зв'язку з появою нових освітніх програм і практик;
- виключні можливості для розвитку найрізноманітніших видів туризму;

Окрім зазначених вище особливостей, для розвитку туристичної сфери Україна володіє значними конкурентними перевагами в пропозиції туристичного продукту (зручне географічне розташування, сприятливий і різноманітний клімат, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, багата культурно-історична спадщина, розгалужена санітарно-курортна база тощо).

У даний час туристичний потенціал України розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5–2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. На рис. 1 проілюстровано сукупний внесок прямих надходжень від досліджуваної сфери до ВВП України.

Незважаючи на реалії економіки країни, туристична галузь в Україні динамічно розвивається. Згідно з даними Державної служби статистики динаміка туристичних потоків в Україні показувала стабільний розвиток в'їзного туризму протягом останніх років (рис. 2). Хвилю зростання потоку іноземних туристів до України (2012-2013 рр.) можна пов'язувати із проведенням чемпіонату

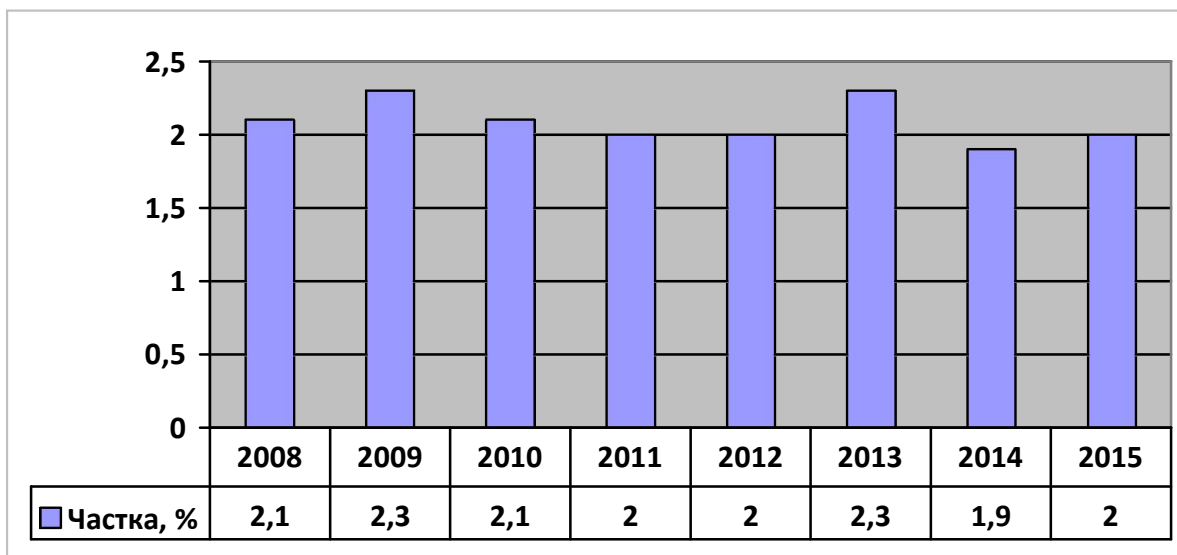


Рис. 1. Частка прямих надходжень від туристичної сфери до ВВП України упродовж 2008-2015 рр.

Європи-2012 з футболу. У 2012 р. в Україні зафіксовано 23 млн. прибулих туристів, з якими пов'язані грошові надходження в сумі понад 4,8 млрд. доларів США. Приплив туристів після Євро-2012 зріс на 15-20%, досягнувши за приблизними оцінками 4 млн. осіб. Завдяки цьому Україна має сучасну розвинену готельну інфраструктуру. Проте в 2014 р. кількість в'їзних туристів в порівнянні з 2013 роком зменшилась на 11,96 млн осіб, напевне, у зв'язку з виникненням політичної нестабільності в країні. Щодо виїзних туристів, то їх кількість постійно збільшувалась, в 2013 році досягла свого апогею й, порівняно з к-стю в'їзних туристів, яка різко впала, залишається практично незмінною. Про загальну кількість внутрішніх туристів точно сказати не можна, адже на даний момент зростає кількість індивідуальних туристів, які самостійно організують свій відпочинок. Що ж до кількості внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, то їх число в 2014-2015 рр. в порівнянні з 2013 р. зменшилось з 0,7 до 0,3 млн осіб.

Згідно зі статистичними даними за 2013 рік в Україні налічується 5076 об'єктів культурної спадщини, зокрема 891 об'єкт національного значення та 4126 об'єктів місцевого значення. Україна має досить немалий природно заповідний фонд. Загальний обсяг об'єктів ПЗФ, становить 7739 одиниць,

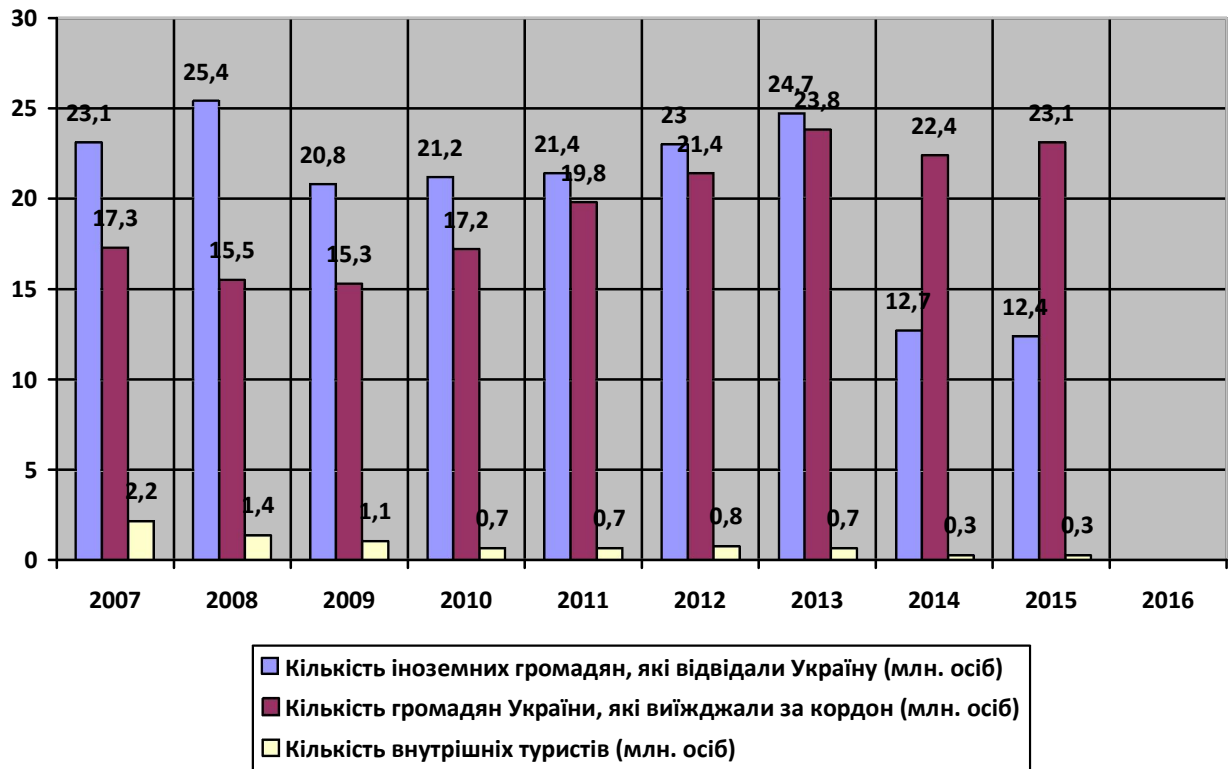


Рис. 2. Порівняння динаміки туристичних потоків в Україні упродовж 2007-2015 рр.

які становлять 3745,5 га від загальної площі, в тому числі 23 заповідники, 47 національних природних парків, 28 ботанічних садів, 13 зоологічних парків. На території України (включно з АРК) функціонувало 477 санаторіїв та пансіонатів з лікуванням, 165 санаторії-профілакторії, 271 будинків та пансіонатів відпочинку, 1916 баз та інших подібних закладів відпочинку, 18549 дитячих оздоровчих таборів. Одночасно з цим працювало 139 туристичних інформаційних центрів та пунктів, налічувалося 2385 діючих ліцензій на провадження тур операторської діяльності, з яких 372 – тільки з внутрішнього та в'їзного туризму.

Переломним моментом для подальшого розвитку ринку туристичних послуг України стала незаконна анексія Криму Російською Федерацією у 2014 р. Переважно у зв'язку з воєнними діями на сході країни і загрозами поширення тероризму, Україну почали сприймати у світі як гарячу точку планети. Внаслідок зазначених чинників в економічних очікуваннях міжнародних туристичних операторів та потенційних іноземних споживачів туристичних і курортно-

рекреаційних послуг закладені підвищені ризики повномасштабної війни в Україні. Це, у свою чергу, позначилося на скороченні числа іноземних громадян, які відвідали Україну в 2014 р. (рис. 2). Туристичні прибуття, включно з одноденними відвідувачами, склали 12,7 млн. чол., що становить майже  $\frac{1}{2}$  показника 2013 р., а число іноземних громадян, розміщених у спеціалізованих засобах розміщування курортно-рекреаційного профілю скоротилось у порівнянні з 2013 р. на 95%. Туристична сфера під час політичних криз і війни страждає першою чергою, тому потребує допомоги як ніколи раніше.

Туризм як форма задоволення потреб людей у відпочинку справляє великий вплив на життя світової спільноти. Безпосередньо у світовій сфері туристичних послуг задіяно більше 260 млн осіб, що становить 10 % усіх працівників. Туризм у цілому займає перше місце в світі щодо надання робочих місць. Якщо в 2000 р. кількість міжнародних мандрівників становила 700 млн, то через 15 років збільшилась до рекордних 1,18 мільярда. У багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, забезпечуючи 20-24 % валового національного доходу, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти.

При вивченні світового туризму необхідно брати за основу теоретичний метод аналізу, який підтримується емпіричними дослідженнями. Дуже ефективні теорії міжнародної торгівлі і міжнародних фінансів, які разом створюють економічну теорію світогосподарських зв'язків а також пояснюють позицію країни в міжнародному туристському обміні. Їх є декілька, проте я пропоную розглянути саме теорію абсолютних переваг.

Розглянемо теорію абсолютних переваг у туристичній індустрії, основоположником якої став Адам Сміт. Справді, деякі країни мають унікальні туристичні ресурси: рідкісні природні місця, такі як Ніагарський водоспад у США, гора Джомолунгма в Непалі та ін.; пам'ятники архітектури та мистецтва - піраміди фараонів у Єгипті, Тадж Махал в Індії, Акрополь у Греції, Колізей в Італії тощо. Унікальні природні пам'ятники та витвори мистецтва, створені людиною, визначають монопольне становище тієї чи іншої країни і спонукають

туристів приїздити до неї. Свою абсолютну перевагу така країна може ще більше посилити інноваційною політикою, яка дозволяє їй створювати специфічні продукти туризму і тим самим забезпечувати собі хорошу спеціалізацію в міжнародному туризмі.

У світовому міжнародному туризмі виділяють шість туристичних макрорегіонів: Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Америка, Близький Схід, Африка. Світовий туризм характеризується високим ступенем концентрації у відносно невеликих за площею регіонах. На початку ХХІ ст. лідерами світового туризму стали Франція, Іспанія, США, Італія, Китай, Велика Британія, Канада, Мексика, Австрія, ФРН. На ці 10 країн припадає половина світового туристичного потоку. Шість із них знаходяться в Центральній і Західній Європі.

Згідно з останніми даними Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, у 2014 р. кількість міжнародних туристських прибуттів зросла більш ніж на 4% і склала 1035 млрд. Економіки, що зростають, повернули собі лідируючі позиції, обійшовши розвинені країни, причому найбільш успішних результатів домоглися Азіатсько-Тихоокеанські ринки. Серед регіонів лідируючі позиції займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, а серед субрегіонів список кращих очолюють Південно-Східна Азія, Північна Африка і Центральна та Східна Європа (табл. 1).

Незважаючи на різну динаміку туристичних прибуттів по регіонах, досі зберігається сформована раніше структура міжнародного туристичного ринку. (рис.3) Аналізуючи його, бачимо, що Європа — лідер цього ринку, вона приймає 50 % іноземних туристів, отримуючи при цьому майже 55 % валютних надходжень. Цьому сприяють політична та економічна стабільність у регіоні, висока якість життя населення, наявність відмінної інфраструктури та багатство ресурсів, розмаїття туристичного продукту. Активність європейського туризму пояснюється насамперед територіальною близькістю і доступністю туристичних ресурсів. Проте, темпи зростання туризму у Європі нижчі за загальносвітові, адже відпочинок в Європі дорожчий, ніж в інших макрорегіонах, що негативно впливає на розвиток туризму в цьому регіоні.

Міжнародні туристичні прибуття за 2005-2014 рр., млн осіб

Таблиця 1

Назва	Міжнародні туристичні прибуття			
	2005 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Усього в світі	798	952	996	1,035
Європа	439	487,6	517,5	534,8
Азія і Тихоокеанський регіон	154	205,1	218,1	232,9
Американський регіон	133,3	150,3	156,3	162,1
Африка	35,4	49,8	49,2	52,3
Близький Схід	36,3	59,2	55,3	52,6

Варто зазначити, що в цілому структура доходів від міжнародного туризму цілком корелює зі структурою міжнародних туристичних потоків (рис.4). Провідними міжнародними туристичними ринками (за обсягами доходів) на сьогодні залишаються розвинені країни Європи, Американського та Азіатсько-Тихоокеанського регіонів.

Східна Азія і Тихоокеанський макрорегіон розвивається найбільш динамічно, випереджаючи Європу за темпами зростання. Експерти вважають його «туристичним напрямом майбутнього». Пояснюється наявністю унікальних та екзотичних видів рекреаційних ресурсів. І все це на фоні нижчих цін і менших витрат, ніж, наприклад, в Європі або Америці. До складу регіону входять так звані «нові індустріальні країни»: Гонконг, Індонезія, Сінгапур, Таїланд. Швидкими темпами розвивається туристична індустрія Китаю, якому експерти пророкують стати провідною туристичною державою.

У регіоні Південної Азії основні потоки міжнародних туристів спрямовані в Індію. Також зростає кількість туристичних прибуттів на Мальдівах, які володіють гарними можливостями для пляжного відпочинку і підводного плавання. Сприяє розвитку туризму в цьому регіоні активна міжнародна торгівля.

Проте негативний вплив на розвиток цього макрорегіону та на кількість туристських прибуттів чинить нестабільна політична ситуація і війни.

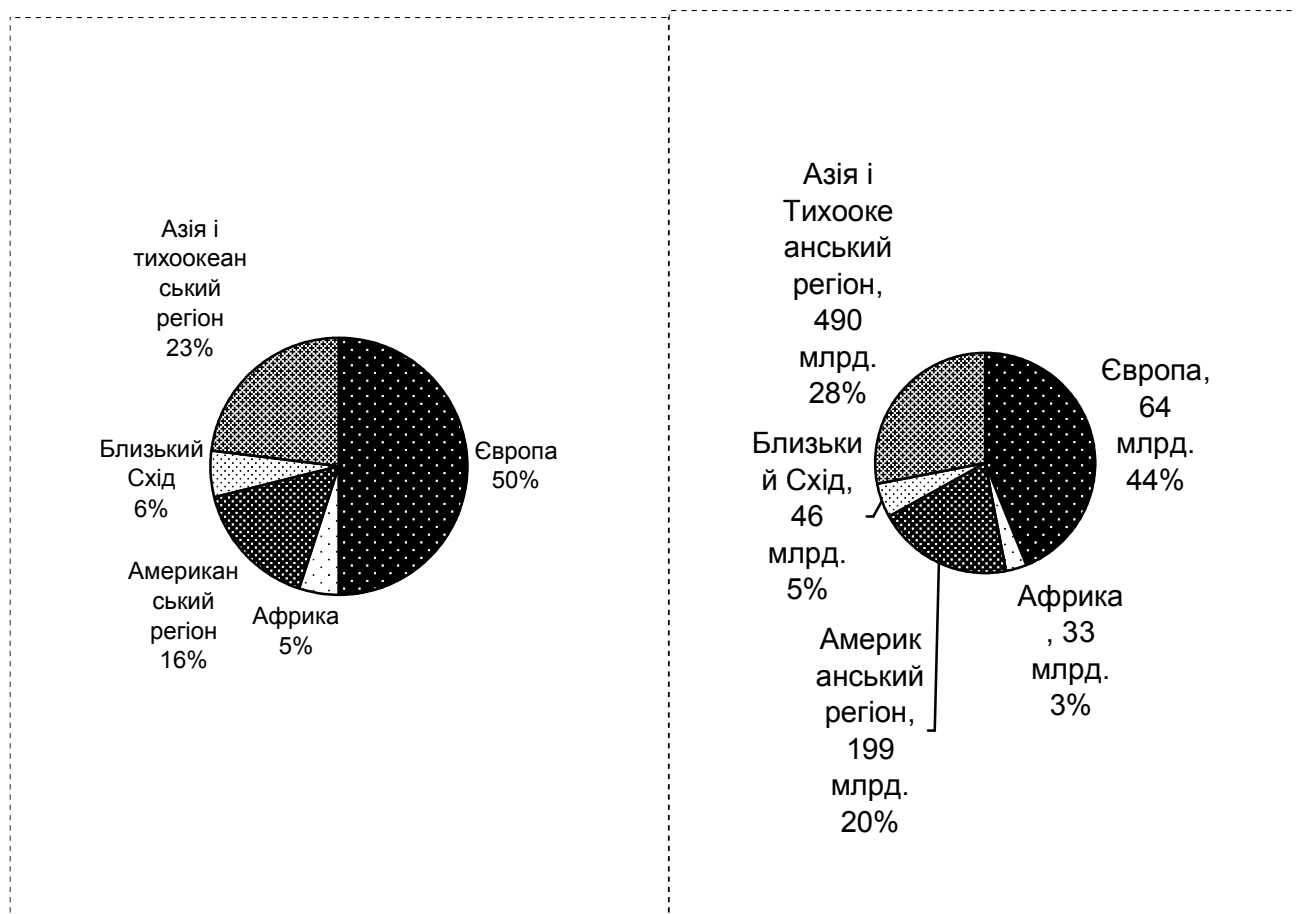


Рис. 3. Регіональна структура міжнародного туристичного ринку у 2014 р., %

Рис. 4. Надходження від міжнародного туризму у 2014 р., млрд дол. США

Американський макрорегіон характеризується наявністю більшості видів рекреаційних ресурсів, розвиненою інфраструктурою. Половину прибуттів до регіону забезпечують США – країна, вже кілька років займає перше місце за кількістю надходжень. Друге місце у регіоні належить островам Карибського моря. Натомість країни Південної Америки забезпечують менше 10% прибуттів і надходжень у регіоні, що пояснюється їх політичної та економічною нестабільністю.

Африканський макрорегіон – найдешевше місце відпочинку у світі, де зосереджені багаті природні рекреаційні ресурси. Одним з лідерів регіону є



Південно-Африканська Республіка. Проте недостатньо розвинута інфраструктура, низький рівень туристичного сервісу, відсутність значних культурно-історичних ресурсів негативно впливають на розвиток туристичної галузі.

Близький Схід притягує туристів передусім як світовий центр паломництва. Країна, у якій знаходяться основні мусульманські святині – це Саудівська Аравія. Крім паломництва тут успішно розвиваються діловий туризм (Кувейт), відпочинок (Арабські Емірати), пізнавальний туризм (Єгипет). На жаль, в регіоні відсутня розвинена туристична інфраструктура, але близькість розвинутих Європейських держав позитивно впливають на розвиток туризму.

## Розділ III

### Тенденції та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається. Розвиток цієї тур-індустрії значною мірою залежить від екології природного навколишнього середовища, стану збереження та охорони культурної спадщини, розвиненості транспортної інфраструктури. Проте останнім часом в нашій країні на перший план виступають проблеми економічного, соціального та політичного характеру, глибина яких ускладнюється катаклізмами різного походження.

Аналіз сучасного стану функціонування вітчизняної туристично-рекреаційної галузі свідчить про те, що ефективність діяльності цієї галузі стримується через невирішеність низки проблем, а саме:

- економічна нестабільність в країні; Тенденція розвитку ринку туристичних послуг спирається на економічну ситуацію в державі, зокрема, на рівень доходів населення. Оцінка статистичних даних дозволяє зробити невтішні висновки щодо економічної ситуації в країні. Так, значну частку в структурі витрат населення складають витрати на продукти харчування (51%), утримання житла (12%). Частка витрат на відпочинок і культуру складає в середньому 2%.

- технологічна відсталість галузі; В Україні не надто широко застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів,

транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються.

- недостатня державна підтримка туризму як галузі економіки.
- низький рівень обслуговування, зумовлений низькою кваліфікацією працівників галузі.
- не відповідність наявної матеріальної бази (дороги, сервісне обслуговування) загальним міжнародним стандартам.

Враховуючи вищезазначені причини уповільнення розвитку ринку туристичних послуг нашої держави, варто зазначити, що самостійний розвиток туристичної галузі без суттєвої державної підтримки неможливий. Фінансової уваги від неї потребує розвиток туристичної інфраструктури, охорона пам'яток, музейна безпека і так далі.

Так, на мою думку, особливо необхідна націленість на вирішенні конкретних завдань, які стосуються збереження культурної спадщини, впровадження в практику діяльності музеїв, національних заповідників та координації діяльності з суб'єктами туристичної індустрії. Культурна спадщина, театри, музеї є винятково важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. Саме в результаті цього, свого клієнта отримують транспорт і громадське харчування, готелі, місцева промисловість.

Важливим фактором, який лежить на шляху вдосконалення ринку туристичних послуг є розвиток транспортного сполучення та забезпечення необхідного рівня безпеки подорожей. Серед транспортних засобів найбільшою популярністю користується автомобільне сполучення. Однак цей вид транспорту є найбільш небезпечним через вкрай низьку якість автомобільних доріг України. Розвиток транспорту сприяє розширенню географії подорожей та розбудові шляхів сполучення, формуванню транспортної інфраструктури в цілому, підвищуючи попит на відпочинок. Разом з тим, швидкий розвиток транспортних засобів змушує організаторів відпочинку задовольняти різноманітні

та динамічні вимоги туристів щодо транспортного обслуговування різних вікових, соціальних, мотиваційних категорій.

Вагомими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки. Поступове збільшення кількості працюючих, забезпечення більш високого доходу на кожного члена сім'ї, підвищення тривалості оплачуваної відпустки та гнучкість робочого часу поступово розширяють такі сегменти туристичного ринку, як поїздки з метою відпочинку і в період відпусток, відвідування тематичних парків і культурних заходів, здійснення ділових поїздок, короткочасних подорожей і маршрутів вихідного дня тощо.

У сфері рекламування туристичного продукту України вбачаю найбільший потенціал, адже це є найперший етап приваблення туристів – заочне знайомство з країною. Необхідно створити образ країни, яка б задовольнила будь-які потреби: для осіб з високим рівнем витрат та елітними запитами – мисливство, рибальство, особливі види екстремального туризму, косметичного, оздоровчого та медичного; для представників інших країн із середніми витратами акцентувати пізнавальний, активний туризм, для туристів з низьким рівнем доходів – екскурсійний, індустріальний, зелений туризм.

Зростання рівня освіти збільшує потяг людини до знань, зацікавленість іншою культурою викликає бажання подорожувати і отримувати нові враження. В майбутньому населення України буде характеризуватися як таке, що має підвищену якість життя. Відпочинок, подорожі, мистецтво, культура стануть основними елементами, які заповнять вільний час людини.

Пріоритетними напрямками вдосконалення ринку туристичних послуг в Україні є:

- підвищення якості послуг та розширення їх асортименту;
- реставрація об'єктів історичної та культурної спадщини;
- розроблення та впровадження стандартів у сфері туризму та курортів, їх гармонізації з міжнародними та європейськими стандартами;

- підвищення рівня безпеки туристів;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- розробка класифікації місць відпочинку за ступенем значущості, природними умовами, функціональними ознаками;
- активний розвиток інфраструктури, зокрема, транспортної;
- поширене використання інформаційних технологій для створення туристичного бренду держави та іміджу окремих регіонів.

Прискорити розвиток туризму в Україні дозволить розробка сітки цікавих туристичних маршрутів міжнародного значення на території нашої країни з урахуванням потреб та інтересів приїжджаючих гостей, а також забезпечення випуску високоякісної рекламно - інформаційної продукції на іноземних мовах, яка висвітлить туристичні можливості, історію, культуру України для розповсюдження серед іноземних туристів та закордонної спільноти.

Підсумовуючи, слід зазначити, що минулого року з'явилася позитивна тенденція: за даними Адміністрації Держприкордонслужби, за 9 місяців 2016 року до України в'їхало 10,4 млн. туристів, що на 4,8% більше, ніж в аналогічному періоді 2015 року. Очікується, що зазначена тенденція до зростання продовжуватиметься і у 2017 році. Сприятимуть розширенню в'їзного потоку туристів проведення міжнародних спортивних змагань на теренах України, таких як Всесвітні ігри з єдиноборств 2017, командний чемпіонат Європи з легкої атлетики 2017, Чемпіонат Європи з плавання 2018, а також проведення в Україні пісенного конкурсу "Євробачення 2017". Для належного проведення часу туристам під час цих подій пропоную впровадити комплекс таких заходів, як встановлення системи дорожніх знаків, що інформуватимуть про туристичні маршрути, об'єкти туристичного відвідування та туристичні інфраструктури; розміщення шляхів туристичних маршрутів на громадському транспорті, створення системи інформаційного та довідкового обслуговування туристів, видати путівники, карти, схеми, довідники, буклети, також створення спеціально

облаштованих місць з продажу рекламної та сувенірної продукції, організувати підвищення санітарного стану доріг і якості дорожнього покриття.

Проблем існує багато, але у нашій державі є все для їх вирішення. Перспективи розвитку туризму України багатообіцяючі, якщо в першу чергу на проблеми розвитку зверне увагу держава.

## Висновки

Індустрія туризму входить у число трьох провідних галузей світового господарства. Ринок туристичних послуг - це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням. До найперспективніших складових сучасного етапу розвитку світового ринку послуг належать міжнародний туризм, який останнім часом виділився із загальної структури й оформився в самостійну прибуткову галузь надання туристичних послуг, які є основним інструментом та засобом задоволення туристичних потреб.

Для багатьох країн світу туристична індустрія є найбільш прибутковою, такою, що динамічно розвивається, та основним джерелом отримання доходів до бюджету. Світовий туризм характеризується високим ступенем концентрації у відносно невеликих за площею регіонах. На початку ХХІ ст. лідерами світового туризму стали Франція, Іспанія, США, Італія, Китай, Велика Британія, Канада, Мексика, Австрія, ФРН. На ці 10 країн припадає половина світового туристичного потоку, шість із них знаходяться в Центральній і Західній Європі. Аналізуючи світовий туристичний ринок, робимо висновок, що Європа є його лідером, адже вона приймає майже 65 % іноземних туристів. Провідними міжнародними туристичними ринками (за обсягами доходів) на сьогодні є розвинені країни Європи, Американського та Азіатсько - Тихоокеанського регіонів.

На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід зазначити, що об'єктивно вона має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. У даний час туристичний потенціал України розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5–2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. Однак, Україна має все необхідне для того, щоб стати туристичною державою. Така кількість зон відпочинку властива

далеко не кожній країні. Але цей потенціал використовується все ще не на повну силу.

В результаті проведеної роботи можна зробити такий висновок, що незважаючи на значні позитивні тенденції, ринок туристичних послуг в Україні у своєму розвитку ще не набув рівня, достатнього для реалізації туристичного потенціалу країни, механізм його функціонування потребує вдосконалення, та, насамперед, усунення основних причин гальмування його розвитку.

Туризм завжди «йде у ногу з часом». На світовій арені широко використовуються інноваційні способи підвищення привабливості туризму, які Україна може впроваджувати вже зараз, це зокрема використання мережі Інтернет для повного комплексу організаційних послуг, віртуальні 3D екскурсії, запрошення, тури, система обміну житлом для туристів з різних країн тощо; освоєння територій Чорнобильської катастрофи, особливі форми туризму для людей похилого віку, продовольчий, космічний туризм, інновації у транспорті (прозорі літаки, готелі над та під водою) та багато іншого. Зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку туризму можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур.

Наразі в Україні, у зв'язку з настанням важливого етапу розвитку країни – посилення настроїв євроінтеграції та революційних подій 2013-2017 років, необхідно використовувати особливі умови для налагодження співробітництва та залучення нових, інакше орієнтованих туристичних потоків. У 2011–2012 роках Україна ввійшла до світових рейтингів десяти країн. Проте кризові явища, російська агресія останніх років послабили динаміку туристичного ринку. У разі очищення Донбасу від російських окупантів, повернення АР Криму до України туристична галузь зможе повернутися до позитивних тенденцій, що діяли до 2012 року.



## Список використаної літератури

1. Папирян Г. А. Міжнародні економічні відносини. Економіка туризму. 2000 р.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К: Альтпрес, 2002. – 436 с.
3. Туристичні потоки. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Смаль І.В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку / І.В. Смаль // Туристично-краєзнавчі дослідження: зб. наук. пр. – К.: Кармаліта, 2004. – Вип. 5. – с. 114–134.
5. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
6. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08-09>
7. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 400 с.
9. Воронков В. Туризм – вулиця з двостороннім рухом // Голос України. – 2006. – №215–216. – 16 листоп. – с. 3
10. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.