

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

Міждисциплінарна курсова робота

3

економічної теорії

на тему:

«Аналіз стану і тенденції розвитку сфери туристичних послуг»

Студентки 2 курсу групи ЕЕП-21

Підборочинської Н. Б.

Науковий керівник:

к.е.н. доц. Карп І. М.

Національна шкала_____

Кількість балів_____

Оцінка ECTS_____

Тернопіль – 2017

Зміст

Вступ.....	3
1. Ринок туризму як економічна основа розвитку сфери туристичних послуг.....	5
2. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні	8
3. Шляхи розвитку ринку туристичних послуг на основі досвіду країн ЄС.....	12
Висновки.....	17
Список використаної літератури	19

Вступ

Ринок туристичних послуг - це складна, багаторівнева система, яка задовольняє потреби населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі. Даний ринок є ознакою соціально-економічного рівня розвитку країни та її окремих регіонів.

Актуальність теми дослідження. Розвиток ринку туристичних послуг дозволив багатьом країнам з менш привабливими культурно-історичними та природними передумовами підвищити рівень соціально-економічного розвитку. Ринок туристичних послуг є одним з найбільш динамічних та перспективних економічних систем, розвиток якого дозволив багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними та культурно-історичними передумовами підвищити рівень соціально- економічного розвитку.

Такі українські вчені як: О.О. Любіцева, Т.І. Ткаченко, С.Ю. Цьохла, Л.М. Шульгіна у своїх працях досліджували ринок туристичних послуг, його особливості та вплив на економіку. Багато науковців приділили увагу питанням місця та ролі державного регулювання розвитку туристичної галузі України. Для покращення розвитку туристичних послуг потрібно удосконалити організацію та механізм регулювання та вибрати оптимальні шляхи розвитку національного туризму.

Предметом даного дослідження виступають тенденції розвитку та регулювання ринку туристичних послуг в Україні.

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг.

Метою курсової роботи є дослідження стану ринку туристичних послуг та визначення шляхів його вдосконалення.

Для досягнення мети потрібно вирішити такі **завдання**:

- 1.Визначити теоретико-методологічну базу національного туризму.
- 2.Аналізувати та дослідити стан ринку туристичних послуг в Україні.
- 3.Визначити сутність та особливості туристичних послуг.

4.З'ясувати вплив туристичних послуг на економіку країни.

5.Дослідити стан ринку туристичних послуг в країнах ЄС.

6.Визначити шляхи вдосконалення ринку туристичних послуг в Україні.

Для дослідження даної теми були використані такі методи наукового дослідження:

- Статистичний аналіз – дослідження динаміки розвитку туристичних послуг.
- Проблемно-орієнтований метод – обґрунтування шляхів вдосконалення розвитку ринку туристичних послуг.
- Метод синтезу – дослідження досвіду країн ЄС в регулюванні відносин в сфері туристичних послуг.
- Методи комплексного системного аналізу – вивчення економічних, політичних та соціальних чинників, які впливають на туризм.

1. Ринок туризму як економічна основа розвитку сфери туристичних послуг

Зміна економічних процесів в Україні, яка здійснюється водночас з реформуванням політичного напрямку країни, безперечно має своє відображення у розвитку всіх галузей економіки та сфери послуг. Ринок послуг – це одна з основних складових світового ринку, який є об'єктивним процесом поглиблення суспільного поділу праці внаслідок розвитку продуктивних сил та зміни суспільного виробництва.

Сфера послуг відіграє важливу роль в соціально-економічному житті кожної держави в сучасних умовах. Основними причинами розвитку ринку послуг є такі:

1. Науково-технічний прогрес, який стимулює розвиток сфери послуг та економіки в цілому.

2. Зростання життєвих потреб кожної людини призводить до появи нових видів послуг

3. З посиленням розвитку промисловості та сільського господарства відбувається вивільнення робочої сили з цих галузей у сферу послуг.

4. Працівники прагнуть збільшувати свою кваліфікацію, для того, щоб підприємство було конкурентоспроможним на ринку і надавало більше послуг у різних галузях економіки[2,с.100-105].

Послуга – це цілеспрямована діяльність, наслідком якої є певний корисний результат.

В основі туристичного ринку важливе місце займає специфіка туристичної послуги. Туристична послуга характеризується такими ознаками:

- нероздільність процесів виробництва та споживання
- комплексність
- мобільність
- ритмічність

Туристичні послуги – це послуги, які призначені для туристів, що прагнуть придбати товари загального та спеціального призначення.

Туристичний продукт – це туристична послуга, благо або товар, за допомогою яких реалізується мета подорожі. Тому можна стверджувати, що туристичний ринок – це сфера реалізації туристичних продуктів, благ та послуг.

Ринок туристичних послуг – це відкрита система, яка пов'язана зі світовим ринком, ринком послуг та з господарським комплексом певної території.

Туристичний ринок характеризується такими особливостями:

1. Функціонує на основі законів попиту та пропозиції
2. Є системою світових господарських взаємозв'язків
3. Є основою перетворення туристичної послуги в туристичний продукт
4. Є сферою обміну послуг зі своїми масштабами та специфічними рисами[7,с.56-58]

Основними принципами функціонування ринку туристичних послуг є:

- 1) Вільна конкуренція виробників.
- 2) Особливості ринку збуту туристичного блага.
- 3) Наявність вільного споживчого ринку.
- 4) Забезпечення контролю якості продукту, що випускається.
- 5) Кожен туристичний продукт має обґрунтовану ціну.

Суб'єктами ринку туристичних послуг виступають юридичні та фізичні особи, що займаються виготовленням, просуванням та реалізацією туристичного продукту, а також фізичні та юридичні особи, що безпосередньо надають послуги з розміщення, харчування, перевезення та ін.

Найчастіше на туристичному ринку пропонують наступні види послуг: по оформленню туристам віз та закордонних паспортів; по перевезенню туристів; по розміщенню туристів; по забезпеченню туристів харчуванням; по задоволенню культурних потреб туристів; торгові послуги, що стосуються придбання сувенірів та інших предметів[8,с.12-13].

Ринок туристичних послуг в Україні має дві частини: ринок внутрішнього та міжнародного туризму. Функціонування національного ринку туристичних послуг залежить від багатьох чинників:

1.Юридичних – це закони, підзаконні акти, укази та постанови органів державної влади про сферу туризму

2.Демографічних – характеристика відомостей про чисельність, вік, стать та рівень життя населення.

3.Етнічні – прагнення кожної нації зберегти свої етнічні особливості, традиції та культуру.

4.Макроекономічні – забезпечення за допомогою туризму зростання обсягу ВВП та економіки країни в цілому[6,с.75-76].

Отже, можна зробити висновок, що туристичні послуги є основою туризму будь-якої країни. Ринок виступає економічною основою розвитку сфери туристичних послуг, тому що сприяє зростанню економіки країни, збільшенню демографічного потенціалу, збереженню етнічних особливостей нації, відповідно до законодавства держави.

2. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні.

На даний час за рівнем забезпеченості природними та культурними ресурсами Україна займає одне з провідних місць. З 1997 року Україна є членом Всесвітньої туристичної організації, але на жаль відстає від таких світових лідерів ринку як США, Іспанія, Франція та інші. Для нашої держави туристичний ринок є важливим поштовхом культурного та соціально-економічного розвитку[5,с.63-64].

За даними Держстату України у 2013 році суб'єктами туристичної діяльності обслуговувалася найбільша кількість туристів, з яких 97711 – це іноземні туристи, 1855499 – туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон та 217971 – внутрішні туристи. У 2015 році кількість туристів зменшилась на 348763 порівняно з 2014 роком в якому кількість туристів дорівнювала 1850748. Із загальної кількості туристів можна сказати, що найбільше іноземних туристів – 123703 обслуговувалося у 2012 році, туристів-громадян України які виїжджали за кордон було найбільше у 2013 році – 1855499, а внутрішніх туристів 219370 у 2012 році[4,с.26-29]. Аналізуючи загальну кількість туристів обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України можна зробити висновок, що з 2011 по 2016 рік кількість туристів зросла у 1,9 рази.

Зменшення кількості туристів спричинене політичною ситуацією нашої держави, а також окупацією півострова Крим, також негативним чинником являється те, що внутрішні туристи надають перевагу відпочинку за кордоном.[11]

Таблиця 1

Аналіз туристичних потоків в Україні (2011-2016рр.)

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2011	944917	65725	786656	92536
2012	1768532	123703	1425459	219370
2013	2171181	97711	1855499	217971
2014	1850748	10658	1693363	146727
2015	1501985	8649	1333928	159408
2016	1841021	21143	1643728	176150

На сьогодні туристичний ринок України розвинений не повністю про це свідчить 1,5-2,5%-ва частка туристичної галузі у структурі ВВП країни. Виділяють низку перепон на шляху до розвитку туристичних послуг це переважно чинники, екологічного, соціального, економічного та культурного характеру. Також неповноцінне використання туристичного потенціалу країни підтверджується незначним внеском туристичної сфери в ВВП, а саме: у 2013 році надходження від туристичних послуг становило 2,10 %, у 2014 році – 2%, а у 2015 році – 1,98%. Зменшення надходжень до ВВП також відбувається через скорочення кількості туристів.

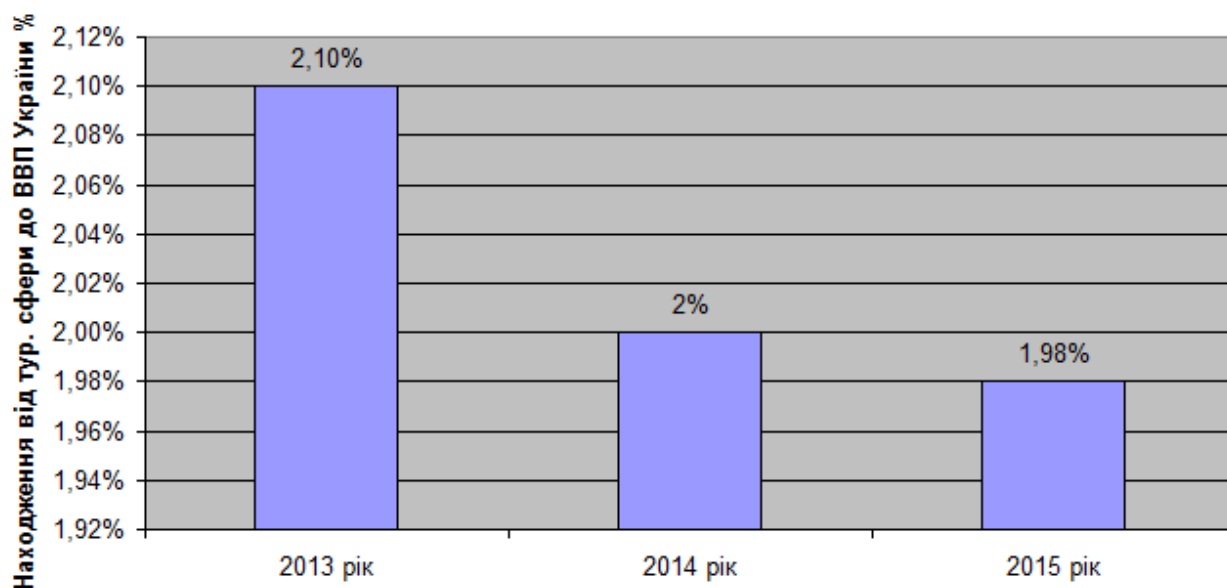


Рис.1 Частка прямих надходжень від туристичних послуг до ВВП України.

За даними таблиці 2[12], можна сказати що основною метою відвідування є приватні поїздки, частка яких зростає. За даними Адміністрації Держприкордонслужби, протягом I півріччя 2017 року подорожувало по світу 12,5 млн. українських туристів, що на 6,1 % більше ніж за аналогічний період 2016 року.

Таблиця 2

Структура виїзного туризму з України за I півріччя 2016 та 2017 років

Мета	6-2016		6-2017	
	Кількість осіб	Структура,%	Кількість осіб	Структура,%
Службова поїздка	63 029	0,5	39 100	0,3
Організований туризм	97 573	0,8	99 973	0,8
Приватна поїздка	11 607 705	98,6	12 348 222	98,9
Усього	11 768 297	100	12 487 295	100

Ринок туристичних послуг в Україні не є досконало розвинений, проте створюються всі умови для його подальшого розвитку та вдосконалення.

Отже, можна зробити висновок, що динаміка розвитку ринку туристичних послуг за останні шість років є спадаючою. Це зумовлено різними політичними, економічними, соціально-культурними, екологічними та демографічними чинниками. У зв'язку з кризовим становищем держави ринок туристичних послуг перебуває в стані нестабільності, тому потрібно розробити механізм вдосконалення державної політики у сфері туристичних послуг.

3.Шляхи розвитку ринку туристичних послуг на основі досвіду країн ЄС.

Європейський союз завжди діяв як єдина система, тому його політика має на меті координацію туризму країн-учасниць. Основними принципами вирішення проблем для забезпечення розвитку та ефективності туристичної діяльності в країнах ЄС є:

- захист переміщення туристів, збільшення заходів безпеки для них, допомога в страхуванні, захист соціальних прав.
- злагодженість правил в сфері туризму, тобто податкової політики, перепідготовка дипломованих спеціалістів.
- розвиток кожного регіону, з метою підвищення розвитку туризму у менш розвинутих регіонах, та покращення туризму у розвинутих.

Країни-учасниці ЄС мають величезний успіх на туристичному ринку світу. Це зумовлено грамотною і продуманою політикою держав з просування туристичних продуктів, благ і послуг[1,с.25-26].

У кожній з цих країн існує практика формування Національних Туристичних Адміністрацій, ці організації займаються розробкою програм розвитку туризму на національному рівні. В кожній країні ці адміністрації мають різну назву, наприклад Turespana - в Іспанії, British Tourist Authority - у Великобританії, ENIT - в Італії, Maison de la France - у Франції тощо. Але функції, особливості роботи та призначення у них одне і теж. Кожна з цих організацій намагається якомога швидше прорекламувати свої туристичні продукти на міжнародному ринку і допомогти їх просуванню.

Адміністрації підпорядковуються і координуються Міністерством туризму чи Міністерством економіки.

В даній адміністрації існують відділи маркетингу, відділи просування туристичного продукту. В кожній країні – учасниці ЄС є міжнародні представництва НТА, які організують роботу на місцях. Ці представництва організують іміджеву рекламу, просувають туристичну продукцію, беруть участь у туристичних виставках і ярмарках, займаються інформаційною роботою, проводять заходи різного роду[8,с.33-38].

Також існує інвестиційний відділ у представництві, представники якого займаються пошуком та залученням коштів для розвитку інфраструктури туризму. Цей відділ веде переговори і конференції з державними та приватними інвесторами, створює фінансові привілеї для більшого залучення інвестицій, і ці дії мають успіх. Кожна країна рано чи пізно вступає в конкурентну боротьбу за залучення туристів. Практика створення НТА показала себе досить ефективно і дієво.

Можна зробити висновок, що країни Європейського союзу у розвитку своїх національних представництв спираються на особливості культури і традицій націй, які проживають в регіоні, вони не нав'язують загальноєвропейські правила, а тільки вносять зміни.

Хоча ЄС позиціонує себе як єдину систему, проте туризм представляють 27 зовсім різних туристичних продуктів країн, тому вони ведуть між собою запеклу боротьбу за велику кількість туристів та попит на продукцію.

Крім того ЄС надає фінансову, юридичну та соціальну допомогу по вирішенню питань у сфері туристичних послуг. Незважаючи на це, все одно у ЄС існує політика самостійності у виборі напряму розвитку індустрії туризму на національному рівні. Країни – учасники ЄС беруть безпосередню участь у міжнародній та міжрегіональній кооперації, для підвищення конкурентоспроможності продукції, також допомагають країнам, які мають проблеми з ринком туристичних послуг. Впроваджуючи нові технології ці країни підвищують конкурентоздатність і динаміку туристичних прибуттів у країни ЄС[10,с.99-101].

На ринку туристичних послуг України є багато проблем:

- не існує системи рекламного та інформаційного забезпечення і туристичних представництв за кордоном.
- немає спеціальних умов для перетину кордону та недосконалий візовий режим.
- мало інвестицій в сферу туризму та комплекс курортів та санаторіїв
- недоліки в управлінні регіональним розвитком
- поява тіньової економіки
- відсутність спланованої системи заходів та відповідних органів влади для керівництва політикою туризму.

Можна знайти багато шляхів удосконалення ринку туристичних послуг[3,с.48-49]:

1) Потрібна велика кількість інформації про демографічні, політично правові, природні, економічні, соціально – культурні чинники функціонування навколишнього середовища. Інформація повинна бути загальнодоступна, повна і чітка.

2) Важливим фактором розвитку туристичної сфери є політика держави. Її ефективність, доцільність та виваженість відіграє важливу роль у кожній сфері економіки, а особливо у сфері послуг. Найбільший вплив має державна податкова система, органи державної влади в системі податків впливають на рекреаційно- туристичну діяльність. Потрібне удосконалення Податкового кодексу України, впровадження нових законів і підзаконних актів .

Проблеми, що пов'язані з податковим законодавством України, перш за все, стосуються сплати податку на додану вартість, земельного податку, готельного та курортного зборів.

3) Оптимізація оподаткування туристичної діяльності сприятиме підвищенню доходів бюджетів всіх рівнів: національного, регіонального, місцевого та інших.

4) Туризм безпосередньо пов'язаний з підприємницькою діяльністю. Чим краще розвиваються підприємства, тим більше наповнюється бюджет держави і розбудовується регіони і відповідно сфера туризму.

5) Органи місцевого самоврядування не мають відповідних повноважень в сфері туризму. Якщо вони матимуть відповідні повноваження, то це сприятиме оздоровленню економіки, соціальному захисту і поліпшенню розвитку сфери послуг.

Потрібно розробити механізм економічного регулювання розвитку туристичної сфери, він має здійснюватися через:

- механізм платежів за використання природних рекреаційних ресурсів;
- ефективну податкову політику;
- систему місцевих зборів (курортний рекреаційний збір, податок на приватний житловий фонд, який використовується в рекреаційних цілях, тощо);
- механізм ціноутворення на рекреаційно-туристичні послуги;
- інноваційно-інвестиційну політику і кредитування .

В сучасних кризових умовах, які зумовлені складним політичним, економічним та соціальним становищем країни, потрібно приділити значну увагу відпочинку людей, який сприяє зменшенню психологічного навантаження. Туристичні послуги повинні бути недорогі та зосереджуватися на місцевому рівні[9,с.180].

На жаль, в сучасних умовах у туристичній галузі з'являється новий конкурент- гральний бізнес, який є дуже поширеним в Україні. Він є прибутковим і мало обмеженим державною політикою.

Туризм має надати можливість людям більше дізнатися про історію краю, традиції і звичаї, а також культурні традиції інших народів, що є важливим фактором соціалізації суспільного життя.

Отже, можна зробити висновок, що проблема розвитку ринку туристичних послуг є важливим для економіки кожної держави. На жаль, ми не дотримуємося загальноєвропейських правил розвитку туризму, які є дуже чіткими і продуманими. Країни ЄС мають великий успіх на ринку туристичних послуг, завдяки координуючій політиці держави та співвідношенню всіх сфер економіки, зокрема і сфери послуг. Насамперед, у проблемах розвитку ринку туристичних послуг в Україні винна непродумана державна політика, та повільний розвиток місцевого та регіонального туризму.

Висновки

Отже, за результатами дослідження, можна зробити висновок, що розвиток ринку туристичних послуг в Україні має багато позитивних рис та недоліків.

Позитивними факторами виступають:

1. Вигідність географічного та геополітичного розташування України
2. Велика кількість туристичних та відпочинкових баз
3. Наявність великої кількості рекреаційно-туристичних ресурсів
4. Оптимальні ціни за надання туристичних послуг
5. Збереження національних, етнічних та культурних цінностей у веденні туристичного бізнесу
6. Шанобливе ставлення та підтримка традицій інших культур.

Проте, є досить багато недоліків розвитку туризму в Україні, а саме:

1. Недосконалість системи державного регулювання та державної політики в сфері туристичних послуг.
2. Нестача інформаційних ресурсів, низька проінформованість споживачів туристичного продукту.
3. Недостатня кваліфікація працівників сфери послуг.
4. Невідповідність рівня туристичних закладів відповідно до загальноєвропейських правил.
5. Нестабільна політична та економічна ситуація в державі.
6. Нестача відповідних повноважень органів місцевого самоврядування, щодо управління сферою туристичних послуг.

7. Недосконалість Податкового кодексу у сфері туристичного бізнесу.

8. Поява тіньової економіки та прибуткового грального бізнесу.

9. Низький рівень доходів населення сприяє занепаду туризму.

На жаль, ринок туристичних послуг в Україні має більше проблем, аніж успіху. Тому потрібно розробити чіткий механізм вдосконалення туристичної сфери, він має орієнтуватися на механізм регулювання туризму в країнах ЄС.

Я вважаю, що європейські країни мають значний успіх у сфері туристичних послуг. Тому, що країни-учасниці ЄС мають чітке і послідовне державне регулювання у даній сфері, що сприяє збільшенню попиту на туристичний продукт та послуги. Саме завдяки заохоченню держави туризм в даних країнах розвивається швидше, ніж в нашій державі.

На мою думку, державні органи України повинні розробити чіткий план вдосконалення політики на ринку туристичних послуг. Вона має включати велику кількість повноважень для органів місцевого самоврядування, чітко розроблений Податковий кодекс, велику кількість заохочень для працівників цієї сфери. І звичайно, туризм повинен бути доступним, не бути обмеженим і відповідати європейським стандартам.

Туристичні послуги мають відповідати культурним звичаям та традиціям нашої держави та приваблювати майбутніх споживачів туристичної продукції.

Список використаної літератури

1. Бондаренко М. П. Проблеми розвитку туристичних ринків /М. П. Бондаренко// Інвестиції: практика та досвід. -2012. -№7. С. 87-91
2. Васильчак С. В. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки/ С. В. Васильчак, С. С. Семак //Економічний вісник Донбасу. -2014. - № 3. - С. 61-64.
3. Гайда Ю. Аналіз ринку готельно-туристичних послуг з позиції сезонних коливань попиту / Юрій Гайда, Юлія Новак // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2015. – Вип. 20. – С. 9-16.
4. Гуменюк В. В. Сучасні тенденції міжнародного туризму та їх вплив на розвиток курортно-рекреаційної сфери/Володимир Гуменюк // Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»: Збірник тез доповідей (І частина). – Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015.–217 с.
5. Гур'єва І. М. Розвиток туризму в Україні: проблеми й перспективи/ Ірина Гур'єва, Світлана Хитяних// Фінансовий контроль. – 2011. - №1. – С. 17- 22.
6. Гусаковська Т. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні/ Т. О. Гусаковська, М. О. Джаман// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011.- № 5 (50). – С. 18-29.
7. Єрмаченко В. Є. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг/Володимир Єрмачов// Глобальні та національні проблеми економіки.- 2015. - №4. – С. 62-64.
8. Забуранна Л. В., Сіренко К. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: Монографія. – К.: Видавництво Ліра-К, 2014.- 152 с.

9. Кифяк В.Ф. Організація туризму в Україні: Навчальний посібник.- Чернівці: Книги-XXI, 2011. - 344 с.

10. Король У. М. Перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні / У. М. Король // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 3. – С. 133-139. 34

11. Головне управління статистики. Туристичні потоки (2000-2016)./Публікація державного сайту. [Електронний ресурс]–Режим доступу:<http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=538&lang=1>

12. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України./Публікація державного сайту. [Електронний ресурс] –Режим доступу [http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-](http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaPivrichchia2016-2017-Rokiv)

[e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaPivrichchia2016-2017-Rokiv](http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaPivrichchia2016-2017-Rokiv)