

**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 II курсу

групи ЕК-21

Грищук С.В.

Науковий керівник:

доц.Лотиш О.Я.

Національна шкала

Кількість балів

Оцінка ECTS_____

Тернопіль - 2017р.

Зміст

Вступ.....	3
1. Теоретичні аспекти функціонування туристичного ринку.....	6
2. Аналіз і оцінка сучасного стану туристичного ринку в Україні та світі...9	
3. Проблеми та перспективи розвитку в Україні та світі.....	18
Висновки.....	33
Список використаних джерел.....	35

Вступ

У реаліях сучасності ринок туристичних послуг це доволі непроста, багатоаспектна і багаторівнева система. 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 2016 р. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації у 2016 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 торгівельну 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.

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., Лотиш О.Я., 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;

- вияснити, які фактори впливають на розвиток ринку туристичних послуг;
- здійснити аналіз сучасного стану туристичного ринку в Україні та світі;
- проаналізувати тенденції та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні.

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

Предметом дослідження є аналіз показників на ринку туристичних послуг та на світовому туристичному ринку.

1. Теоретичні аспекти функціонування туристичного ринку

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 є 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 спецспорядження, 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. [3, 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. [6, с.20]

На нашу думку, до вказаних вище функцій ринку туристичних послуг можна приєднати ще одну - економічну, адже на туристичному ринку саме вона є матеріальним стимулом 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. [11, с.8]

2. Аналіз та оцінка сучасного стану туристичного ринку в Україні та світі

Зміна економічних процесів в Україні, які відбуваються 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).

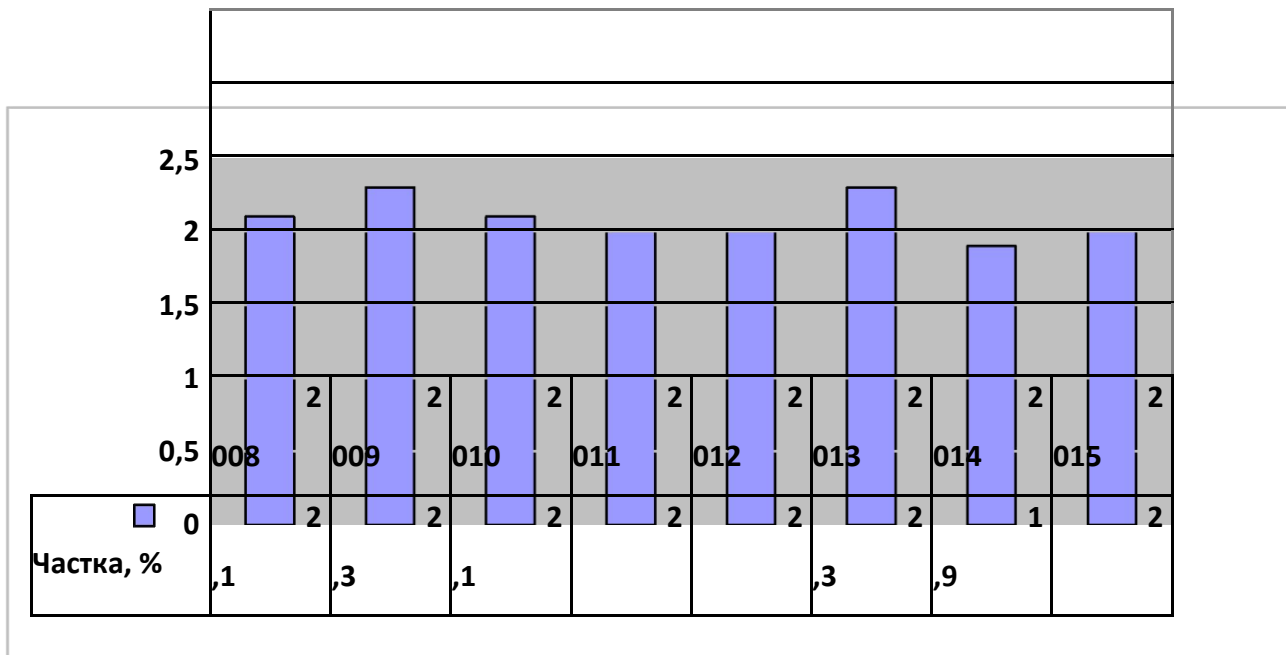


Рис. 1. Частка прямих надходжень від туристичної сфери до ВВП України упродовж 2008-2015 рр.

Хвилю зростання потоку іноземних туристів до України (2012-2013 рр.) можна пов'язувати із проведенням чемпіонату 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 існує 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,

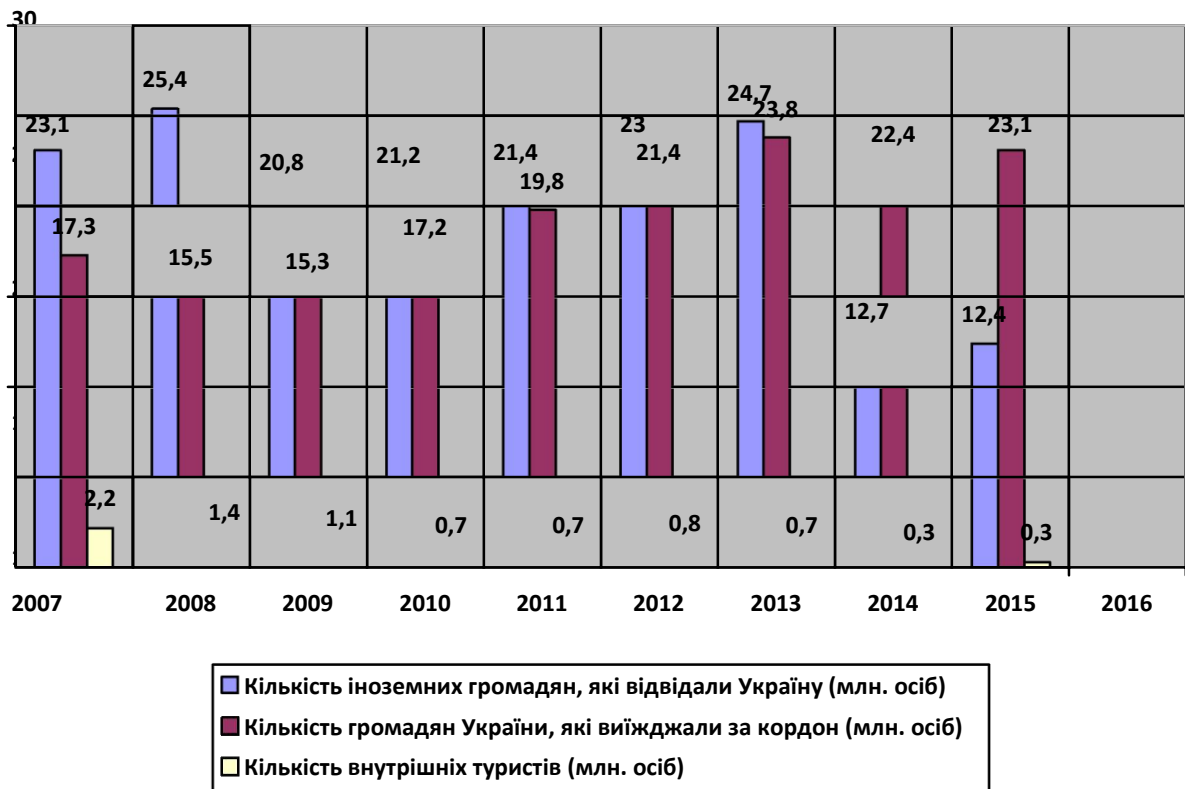


Рис. 2. Порівняння динаміки туристичних потоків в Україні за 2007-2015 рр.

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.

Туристичний потенціал України відображають показники прямого і загального внеску туризму у валовий внутрішній продукт, у зайнятість, частка доходів і витрат на туризм відповідно в експорті та імпорті країни (табл. 1).

Таблиця 1

**Основні показники ринку туристичних послуг
в Україні за 2012-2016 рр.***

№ зп	Показники	2012	2013	2014	2015	2016
1.	Прямий внесок туризму у ВВП, млрд. грн.	29	30	22	29	35
2.	Частка прямого внеску туризму у ВВП, %	2,03	2,04	1,41	1,47	1,52
3.	Загальний внесок туризму у ВВП, млрд. грн.	105,1	111,3	86,6	109,1	128,5
4.	Частка загального внеску туризму у ВВП, %	7,5	7,6	5,5	5,5	5,6
5.	Прямий внесок туризму в зайнятість, тис. осіб	382,4	368,0	224,1	213,4	247,2
6.	Частка прямого внеску туризму в зайнятість, %	1,9	1,8	1,2	1,3	1,3
7.	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб	1417,6	1388,3	879,3	809,8	923,1
8.	Частка загального внеску туризму в зайнятість, %	7,0	6,8	4,9	4,9	5,0
9.	Капіталовкладення в туризм, млрд. грн.	6,5	5,8	5,0	5,3	5,7
10.	Частка капіталовкладень в туризм, %	2,4	2,3	2,2	2,0	1,9
11.	Частка доходів від туризму в загальному експорті країни, %	6,9	7,3	3,5	2,1	2,2
12.	Частка витрат в туризм в загальному імпорті країни, %	5,5	6,5	7,8	10,8	10,5
13.	Надходження туристичного збору в місцеві бюджети, млн. грн.			4,77	7,13	4,10

* Джерело [2]

Так внесок прямих надходжень від туризму у виробництво ВВП за 2012-2016 рр. зменшився з 2,03% до 1,52%. Аналогічна тенденція спостерігається і за часткою загального внеску туризму у ВВП (за всіма складовими структури

ВВП), яка склала 5,6% у 2016 р. проти 7,5% у 2012 р., що свідчить про низьку ефективність туристичної сфери та низький рівень використання туристичних ресурсів. За світовим рівнем загального внеску туризму у світовий ВВП значення відповідного показника України майже у 2 рази менше (5,6% проти 9,7% у 2016 р.), у рейтингу надходжень від туристичних послуг у структурі ВВП Україну можна віднести до країн із нижче середнім значенням [2].

Прямий внесок туристичної галузі у забезпечення зайнятості зменшився із 382,4 тис. осіб у 2012 р. до 247,2 тис. осіб, або на 35,3%, динаміка загального внеску туризму в зайнятість є негативною – відбулось зменшення робочих місць із 1417,6 тис. осіб у 2012 р. до 923,1 тис. осіб у 2016 р (частка загального внеску туризму в зайнятість зменшила із 7% до 5% відповідно). Якщо порівнювати із світовими тенденціями, то світові показники становлять за часткою прямого внеску – 4,4%, за часткою загального внеску – 9,4% [2].

Аналіз динаміки капіталовкладень у туристичний ринок відображає зростання грошових витрат протягом 2014-2016 рр. з 5,0 до 5,7 млрд. грн., хоча частка капіталовкладень у структурі загальних капіталовкладень за цей же період зменшилась з 2,2% до 1,9%. Аналогічна тенденція спостерігається і в доходах, отриманих від туристичних послуг – їхня частка зменшилась із 7,3% у 2013 р. до 2,2% у 2016 р., а частка витрат в розвиток туризму зросла з 5,5% у 2013 р. до 10,5% у 2016 р. [2].

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 інші; 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 XXI 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. 2).

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

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

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.

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.

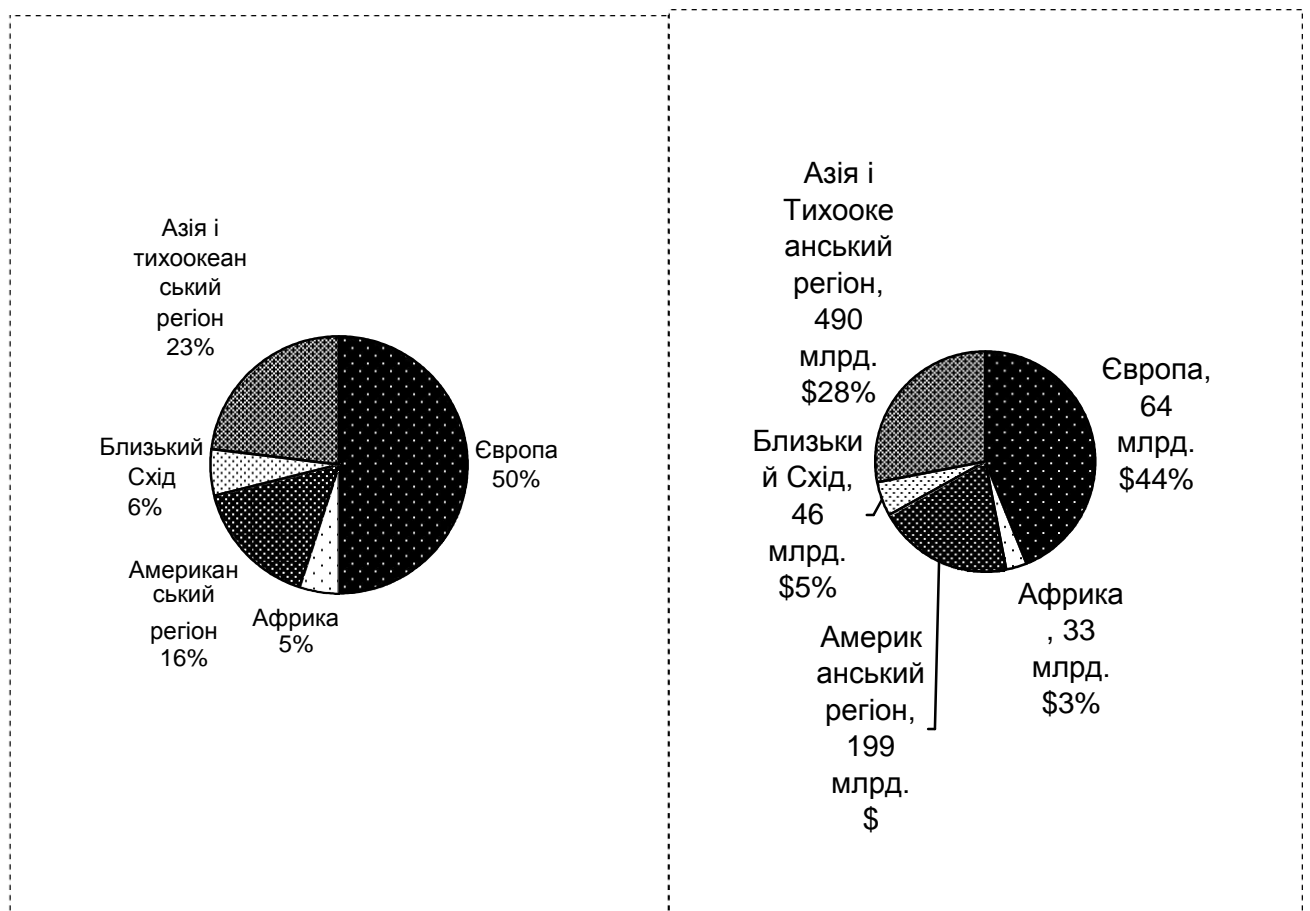


Рис. 3. Регіональна структура міжнародного туристичного ринку у 2016 р., %

Рис. 4. Надходження від міжнародного туризму у 2016 р., млрд дол. США

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.

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.

3. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичного бізнесу в Україні та світі

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 її 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 рекламної - інформаційної продукції на іноземних мовах, яка висвітлить туристичні можливості, історію, культуру України для розповсюдження серед іноземних туристів та закордонної спільноти.

Визначення можливостей і перешкод для розвитку туристичної галузі, дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку туристичної інфраструктури, ремонті доріг, гарантій безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпечення доступу до інформаційних сервісів в туризмі. Подолання негативних тенденцій на ринку туристичних послуг можливо шляхом її стратегічного розвитку за рахунок становлення туризму, як високоприбуткової галузі економіки та формування конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку. Економічний ефект від реалізації стратегічних цілей розвитку туристичного ринку (табл. 3) буде виражатись у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян, залученні іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості. Тому створення системних та комплексних передумов для розвитку туристичного ринку в державі має стати одним з пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни [12].

Таблиця 3

Прогнозні показники розвитку ринку туристичних послуг в Україні на період до 2026 р.*

№ зп	Показники	Роки			
		2015	2019	2022	2026
1.	Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	19,3	25,8	32,3
2.	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	10,2	20,4	34
3.	Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	74,2	185,5	371
4.	Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	3,42	8,55	171
5.	Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	132	264	440
6.	Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	715	1070	1785
7.	Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	188,3	250,0	313,8

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 2018 році. Сприятимуть розширенню в'їзного потоку туристів проведення міжнародних спортивних змагань на теренах України, такі як: командний чемпіонат Європи з легкої атлетики 2017, Чемпіонат Європи з плавання 2018. 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.

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки.

Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних

держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як "гаряча точка".

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

-організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Основними завданнями Стратегії є:

-здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;

-забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;

-об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;

-гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави.

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових:

1.Галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), а саме:

-туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);

-послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);

-транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);

-туристичні інформаційні центри;

-музеї та галереї;

-театри, арени, клуби;

- конгрес-холи і конференц-центри;
- заклади громадського харчування;
- спортивні арени;
- торгові центри, магазини, сувенірні лавки;
- ІТ-компанії;
- страхові компанії;
- медіа-компанії;

2. Територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), а саме:

- північ, південь, схід, захід, центр;
- області;
- райони;
- територіальні громади;
- курорти;
- туристичні території;

3. Секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:

- міський туризм;
- екологічний (зелений);
- етнічний;
- сільський;
- культурно-пізнавальний;
- подієвий;
- медичний, лікувально-оздоровчий;
- гастрономічний;
- релігійний;
- гірський, спортивний, велосипедний;
- пригодницький та активний;
- науковий та освітній;
- круїзний та яхтовий;

- шопінг та розважальний туризм;
- інші пріоритетні види туризму.

Основними напрямками реалізації Стратегії є:

1) за напрямом “Безпека туристів”

- забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг шляхом:

- надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі;

- створення “гарячої” телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів, у тому числі іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги;

- проведення моніторингу надзвичайних подій, що трапляються з туристами в регіонах;

- посилення відповідальності суб’єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг;

2) за напрямом “Нормативно-правова база сфери туризму та курортів”

- імплементація законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом:

- розроблення пропозицій щодо внесення змін до Законів України “Про туризм” та “Про курорти”;

- розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації), заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії (щодо створення режиму сприяння для залучення інвестицій у розбудову туристичної індустрії);

- приведення у відповідність з міжнародними вимогами методів статистики у сфері туризму та курортів та впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;

- візової лібералізації та спрощення візових процедур для туристів із країн, що є цільовими ринками для України;

-актуалізації діючих та укладення нових міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму та курортів;

-розроблення і затвердження порядку створення і ліквідації туристичних представництв України за кордоном;

-гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом:

-забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань у сфері туризму та курортів;

-впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсоводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо;

-визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів;

-лібералізація та ефективне регулювання провадження підприємницької діяльності у сфері туризму та курортів шляхом:

-скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку;

-скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення;

-створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу у сфері туризму та курортів;

3. за напрямом "Розвиток туристичної інфраструктури"

-забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом:

- проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах;

- підготовка каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам;

- участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів;

- визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів;

- забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення;

- забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом:

- регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень);

- створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;

- збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності;

- проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення;

- сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту;

4) за напрямом “Розвиток людських ресурсів”

- удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг шляхом:

- комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання у сфері туризму та курортів з урахуванням виявлених потреб;

- гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, які забезпечують підготовку фахівців у сфері туризму та курортів, і стандартів професійної підготовки;

- затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу;

- залучення населення до популяризації туризму;

- забезпечення наукового супроводження та досліджень у сфері туризму та курортів, запровадження прогресивних інноваційних розробок шляхом:

- заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу у сфері туризму та курортів за результатами проведення конкурсів на регіональному та галузевому рівні;

Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Правовий механізм орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації Стратегії принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських

організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання.

Однією з умов успішної реалізації Стратегії є розроблення і впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників розвитку. Крім того, проводиться постійне порівняння результатів її реалізації у частині досягнення цілей Стратегії та регіональних стратегій розвитку.

Реалізація положень Стратегії, виконання плану заходів, моніторинг стану їх виконання здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Моніторинг реалізації Стратегії проводить Мінекономрозвитку. До проведення моніторингу з метою дотримання об'єктивності та неупередженості залучаються громадські організації, незалежні інститути та експерти.

Інститути громадянського суспільства здійснюють контроль за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації Стратегії, зокрема шляхом проведення громадської експертизи проектів нормативно-правових актів та концептуальних документів з питань розвитку сфери туризму та курортів.

Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування планів заходів з реалізації Стратегії.

Для оцінки стану розвитку сфери туризму та курортів в Україні та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, використовуються контрольні показники розвитку, результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, інші дані центральних органів виконавчої влади та індекси міжнародних рейтингів розвитку туристичної галузі.

Реалізація Стратегії дасть змогу:

-підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;

-підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

-створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;

-створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

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 XXI 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 увійшла 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. 2015 р.
2. Лотиш О. Я. Стратегічні підходи розвитку ринку туристичних послуг в Україні / Оксана Лотиш / Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: “Економіка і менеджмент”. – 2017 – № 25. – Ч. 1. 134-138 с.
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К: Альтпрес, 2012. – 436 с.
4. Туристичні потоки. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Смаль І.В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку / І.В. Смаль // Туристично-краєзнавчі дослідження: зб. наук. пр. – К.: Кармаліта, 2014. – Вип. 5. – с. 114–134.
6. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
7. 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>
8. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2013. – 400 с.
10. Воронков В. Туризм – вулиця з двостороннім рухом // Голос України. – 2016. – №215–216. – 16 листоп. – с. 3
11. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2015. – 537 с.
12. Лотиш О. Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: “Економіка і менеджмент”. – № 25. – 2017. – с.134-138.