

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Факультет економіки та управління

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 групи ЕПП-21:

Ковпи Ольги

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Жовковська Т.Т.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ECTS _____

Члени комісії:

(підпис) (П.І.П)

(підпис) (П.І.П)

(підпис) (П.І.П)

План

Вступ

Розділ I. Рекреаційні ресурси як основа туристичного ринку України.

Розділ II. Поняття, форми, види, структура і динаміка туристичного ринку.

Розділ III. Оцінка розвитку туристичного ринку в світі та Україні.

Розділ IV. Перспективи розвитку туристичних послуг в Україні та світі.

Висновки

Список використаних джерел

Вступ

Туристична галузь є невід'ємною складовою національного і світового ринку і розглядається як перспективний напрям. Посідаючи друге місце в світовій економіці після комп'ютерної та електронної промисловості, вона випереджає такі галузі, як нафтопереробна та автомобілебудівна. Розвиток туризму став можливим завдяки науково-технічному прогресу суспільства, тобто створенню інфраструктури ринку. Якщо акцентувати увагу тільки на ринку послуг, то цей ринок стрімко розвивається і є на даному етапі розвитку суспільства перспективним, тому що держава може досягнути високого рівня економічного росту завдяки частці послуг у валовому національному доході. Розвиток туризму за принципами сталості може бути забезпечений завдяки дії механізмів регулювання ринку в цілому та кожного його елементів. Ці елементи можна розглядати одночасно і як окремі інструменти ринкового механізму регулювання економічних відносин в певному сегменті споживчого ринку і як важливі умови ближнього оточення розвитку суб'єктів туристичного бізнесу. З огляду на сказане актуальною є проблема дослідження особливостей функціонування ринку туристичних послуг в сучасних умовах.

Актуальність теми:

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам становлення та функціонування ринку загалом і туристичного, зокрема, присвячено праці багатьох вітчизняних і закордонних вчених (М. Портер, Ф. ,В. Головінець ,С. Гаврилюк, І. Школа ,В. Данильчук, Ю. Мазур ,О. Любіцева ,Н. Кудла, Л; Гонтаржевська та ін.). У своїх працях автори розглядають різні аспекти суті, функцій та особливостей ринку туристичних послуг. Поряд з тим не до кінця розкритими залишаються питання особливостей організації та розвитку туристичного ринку в Україні.

Предметом дослідження є ринок туристичних послуг в Україні та світі.

Об'єктом дослідження виступає оцінка діяльності туристичного ринку в Україні та світі.

Мета роботи полягає в обґрунтуванні суті ринку туристичних послуг та механізму його ефективного функціонування та регулювання.

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

- вивчити наявність рекреаційних ресурсів в Україні та раціональність їх використання;

- проаналізувати форми , види , структуру та динаміку розвитку туристичного ринку в Україні;

- оцінити стан розвитку ринку туристичних послуг в Україні та світі ;

- визначити перспективи розвитку туристичного ринку України та світу.

Робота складається із вступу , 4 розділів , висновків та списку використаної літератури.

Розділ I. Рекреаційні ресурси як основа туристичного ринку України.

Рекреаційні ресурси – це компоненти , явища та об’єкти природного середовища , які мають певні властивості та використовуються у рекреаційній діяльності. Ці ресурси мають антропогенне та природне походження , зазвичай їх використовують для відпочинку , туристичної діяльності чи лікування .

Такий вид ресурсів сприяє розвитку моральних , духовних , і насамперед фізичних сил кожної людини .

На території України є велика кількість рекреаційних ресурсів – це географічні об’єкти , які призначені для туристичної діяльності та відпочинку.

Можна розрізняти такі види рекреаційних ресурсів:

- природні – це наявність на території сприятливих умов для відпочину та відновлення сил[3].

В Україні багато природних рекреаційних ресурсів , тому що землі України знаходяться в смузі кліматичного комфорту . Зокрема , це відпочинок на Чорному та Азовському морях та в Українських Карпатах.

- соціально – економічні рекреаційні ресурси – це культурні об’єкти , архітектурні пам’ятки , історичні та археологічні розкопки , музеї етнографії , історичні музеї , де колись проживали відомі люди з України . До рекреаційних ресурсів можна віднести природні національні парки , заповідники і заказники , які охороняються , в їх межах заборонена діяльність , яка шкодить навколишньому середовищу[5].

Незважаючи на аварію на Чорнобильській АЕС , при якій якість рекреаційних ресурсів знизилася , в Україні існують і розвиваються значні санаторії , курорти з якісним оздоровленням та відпочинком.

Особливо багатою на рекреаційні ресурси є Закарпатська область , особливо Свалява з великим запасом вуглекислих вод , запаси яких є сприятливі для санаторно-курортної діяльності . Також курорти існують поблизу села Сеняк , через наявність родовищ сульфідних вод , та в Усть – Чорній , де розвідано хлоридно - натрієві води.

Великим комплексом різноманітних рекреаційних ресурсів представлена

Львівська область . Це мінеральні води – кальцієво- магнітні , сульфатні , гідрокарбонатно-сульфатні та натрієво-кальцієві води на Прикарпатті . Найвідомішими відпочинковими комплексами є санаторії та курорти в Трускавці , Східниці та Моршині . Також відомими є сульфідні води в Любені Великому , Немирові .

Лікувальні води , грязі зосереджені в с. Черче в Івано – Франківській області.

Район Полісся взагалі багатий на рекреаційні ресурси. Значні масиви соснових лісів , сприятливий клімат , прісні озера та повноводні ріки сприяють відпочинку та туризму. Проте , через аварію на Чорнобильській АЕС в районі Полісся зосереджена велика кількість радіації , що не дає достатньої можливості людям лікуватися та відпочивати.

Сприятливою для відпочинку є Волинська область . Велике Українське поозер'я , величезні лісові масиви , значні за площею луки і болота допомагають відпочити від суворих буднів[2].

Південний рекреаційний район , тобто приморські території Одеської , Миколаївської , Херсонської , Запорізької областей багаті на рекреаційні ресурси. В межах названого району виділяються підрайони: західний і східний. Західний підрайон (Одеська, Миколаївська області та західна частина Херсонської) можна охарактеризувати сприятливим кліматом , великою кількістю опадів , але значними ресурсами для організації лікування грязями .

Східний підрайон простягається вздовж Азовського моря , має сприятливі кліматичні умови , водно-морські та грязьові ресурси .

Карпатський рекреаційний район характеризується значною кількістю опадів , високою вологістю повітря та сприятливими кліматичними умовами.

Одним із найбільших рекреаційних комплексів є Шацькі озера . Це тридцять великих озер , зокрема найбільш відомими є озера Світязь, Пулемецьке , Пісочне , Перемут , Острів'янське та Люцимир . Значну площу та популярність має Шацький національний парк , з дуже сприятливими умовами для відпочинку та лікування[6].

Лісостепова зона має багато перспектив , м'який клімат , невелика кількість опадів, чисті поверхневі і підземні мінеральні води , лікувальні води.

У багатьох місцях країни зустрічаються радонові води різного хімічного складу (Вінницька, Хмельницька, Київська, Черкаська, Кіровоградська області та ін.). Хлорні натрієві води є в Полтавській області (Миргород); Харківська область характеризується великими запасами кремнистих гідрокарбонатних кальцієво-натрієво-магнієвих, а також гідрокарбонатних натрієво-магнієво-кальцієвих вод. Усі ці ресурси мінеральних вод мають велике лікувальне значення[9].

Туристичний ринок — це сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг.

Туристичний ринок України безпосередньо пов'язаний з рекреаційними ресурсами . Чим більше в країні є рекреаційних ресурсів , тим більший успіх вона має на туристичному ринку світу.

Отже , можна зробити висновок, що ринок туристичних послуг України представлений величезними запасами рекреаційних ресурсів . Якщо розвивати і дбати про дані ресурси, то з такими запасами туризм в Україні буде процвітати.

Проте , через неправильну державну політику , недостатність повноважень в органів місцевого самоврядування та інші чинники , туризм в Україні недостатньо розвинутий[12].

Розділ II. Поняття, форми, види, структура і динаміка туристичного ринку.

Туристичний ринок - це один із видів світових ринків, основним завданням якого є задоволення потреб людей у туристичних послугах, відпочинок і оздоровлення.

На формування ринку туристичних послуг впливають такі чинники:

- внутрішні :

- НТП
- Демографія
- Соціально-економічний розвиток
- Історія економіки та економічної думки
- Рівень розвитку всіх сфер економіки
- Міграція
- Зайнятість населення
- Якість життя людей
- Устрій держави
- Рівень розвитку ЗМІ і достатня кількість інформації

- зовнішні:

- Стабільність держави у політиці та економіці
- Дотримання загальноєвропейських стандартів
- Розвиток міжнародних відносин
- Ступінь інтегрованості

Туристичні ринки бувають різних видів і форм:

1) У залежності від мети подорожі розрізняють такі туристичні ринки:

- Рекреаційний
- Зелений
- Етнічний
- Діловий
- Спортивний
- Релігійний

- Екстремальний

2) За державною ознакою туристичні ринки поділяють на національний туристичний ринок та міжнародний туристичний ринок.

3) Туристичні ринки також класифікують за формою організації, по сезонності, по класу обслуговування та ін.[15].

Типи національних туристичних ринків:

1.Високоінтенсивні – такий тип ринку існує в країнах , які мають високий рівень економічного розвитку , мають великий обсяг імпорту та експорту , є постачальниками туристичної продукції (США, Німеччина, Великобританія, Скандинавські країни, Італія, Австрія, Ізраїль, ПАР).

2.Стабілізовані - цей тип ринку існує в країнах із середнім рівнем розвитку , індустріальних країн та країн перехідного типу , які мають багато туристів на своїй території (Іспанія, Греція, Туреччина, Кіпр, Мексика, Аргентина, Чилі, Гонконг, Таїланд, Малайзія , Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, Словаччина, Словенія)

3.Реформовані – цей тип ринку характерний для країн перехідного типу з ринковою структурою , та для таких, які мають централізацію управління економікою. (Болгарія, Румунія, Росія, Україна, Казахстан, Китай).

4.Акумуляуючі – існують в країнах із середнім рівнем розвитку , де переважає планова економіка , і погано розвинутий міжнародний туризм (Індія, Єгипет, Туніс, Танзанія, Барбадос, Куба, більшість країн Центральної Африки)[11].

Туристичний ринок має власну розгалужену структуру , він складається з :

1) Ринку споживача – на даному ринку утворюється попит на туристичний продукт .

2) Ринок виробника – виникає пропозиція і намагання задовільнити потреби споживача.

Ринок споживача безпосередньо залежить від сфери обслуговування, він формується залежно від рівня попиту. Для цього ринку характерною є територіальна спеціалізація та концентрація, тобто поділ на вузли, центри та пункти. Багато туристичних фірм одного типу сприяють розгалуженості структури туристичного ринку, збільшенню попиту та пропозиції на туристичні послуги. Також створюються великі підприємства посередники під назвою туроператори, вони забезпечують формування вузлів.

Ринок виробника представлений екскурсіями, центрами туризму та рекреаційними центрами[14].

Пункти екскурсій - це комплекси з архітектурними пам'ятками, які використовуються для ведення туризму. Якщо діяльність екскурсійних пунктів та центрів туризму займає велику територію, то утворюється туристично-рекреаційний вузол. Туристично-рекреаційний вузол може стати курортом, тобто мати лікувальні характеристики і певні умови для проведення лікування та профілактичних заходів.

Існують різноманітні рівні туризму, від яких і залежить динаміка їх розвитку:

- глобальний рівень – функціонування світового туристичного ринку;
- макрорівень – регіональні ринки, які формуються в межах макрорегіонів
- мезорівень – національний ринок туристичних послуг;
- мікрорівень – місцеві туристичні ринки в межах національного.

На всіх цих рівнях діють туристичні компанії, які мають різні особливості діяльності, діють в межах зони обслуговування, маркетингової зони.

Маркетингові зони формуються більше на локальному рівні, бо через велику конкуренцію часто припиняють свою діяльність[8].

Туристичні фірми працюють завдяки наявних на території рекреаційно-туристичних ресурсів. Пам'ятки архітектури та історії вимагають належного

догляду , тому наявність активної державної політики в цьому плані має вагомим значення для туризму.

Місцевий туристичний ринок формується на основі ринків туристичних послуг вищих рівнів , діє на основі кооперації , підтримки влади та населення у веденні туризму.

Таким чином , можна зробити висновок , що діяльність ринку туристичних послуг має розгалужену структуру , багато рівнів організації та різних форм та видів . Така розгалуженість сприяє формуванню та розвитку міжнародного , національного та місцевого туризму[16].

Розділ III. Оцінка розвитку туристичного ринку в світі та Україні.

В умовах сучасності активно розвивається сфера послуг як на національному так і на міжнародному рівнях. Цей розвиток зумовлений появою економіки нового типу та глобальних перетворень світового господарства.

Сфера послуг займає провідні позиції у створенні ВНД , у зовнішній та внутрішній торгівлі, торгівлі між державами. Впродовж останніх десятиліть міжнародний туризм почав розвиватися швидкими темпами. Однозначно, сфера туристичних послуг приносить великий прибуток для кожної держави та інших суб'єктів економіки на національному рівні. Туристичний бізнес є вигідним для вкладення капіталу , при вдалому його проведенні фірма значно перевищує свої доходи над витратами і отримує високий дохід[13].

Туристичні послуги є невичерпними і постійно відтворюються , удосконалюються , реалізуються за готівку , а не за позикові кошти.

Міжнародний туризм досліджують багато вчених , проте багато аспектів дослідження ще є недостатньо вивченими. Зокрема , це механізм організації бізнесу та досягнення найвищої конкурентоспроможності туристичною фірмою. Конкуренція в туризмі полягає в суперництві туристичних фірм по питанню якості продукції та якомога точнішого і вигіднішого задоволення попиту споживачів. (Рис.1)



Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність туристичної галузі

Факторами для вибору унікальної туристичної послуги є політична та економічна стабільність країни , наявність рекреаційно-туристичних ресурсів , пропозиції всіх туристичних компаній , ціни , відгуки інших споживачів , релігійні та культурні традиції обраної країни.

Країна є привабливою для туризму , якщо індекс конкурентоспроможності туризму є високим . Статистичні дані Табл.3 свідчать , що країни – учасниці ЄС досі залишаються лідерами в міжнародному туризмі.

Найвищий рівень розвитку туризм має Швейцарія – характеризується кращими умовами проживання , висококваліфікованими працівниками сфери послуг , гарними пейзажами , високим рівнем безпеки , екології та підтримки з боку держави. Швейцарія є країною для ділових поїздок , з високими цінами , займає 139 місце в світі за доступністю туристичних послуг.

Друге місце займає Німеччина , також країна має 6 місце за рівнем розвитку інфраструктури в туризмі , 5 - за кількістю пам'яток архітектури та історії , та 2 місце за проведення багатьох міжнародних виставок і напрямків.

Високий рівень оцінки має розвиток ринку туристичних послуг в Австрії та Італії . До десятки кращих входить і Іспанія , яка має 1 місце за рівнем культурної спадщини , там має сприятливі політичні та економічні умови для розвитку туризму. (Таблиця 3.1)

Табл.3.1

Рейтинг країн за туристичними відвідуваннями у 2014р.

№	Країна	Міжнародні туристичні відвідування,млн.осіб	Рейтинг
1	Франція	81,4	1
2	США	62,7	2
3	Китай	57,6	3
4	Іспанія	56,7	4
5	Італія	46,1	5
6	Туреччина	34,0	6
7	Великобританія	29,3	7
8	Німеччина	28,4	8
9	РФ	24,9	9
10	Малайзія	24,7	10

Не дивлячись на короткотривалі коливання в окремі періоди, розвиток міжнародного туризму в світі характеризується високими темпами зростання. По підсумках 2014 р. зафіксовано нові рекорди розвитку туризму у світі. Число міжнародних туристичних прибуттів зросло на 71 млн. осіб порівняно з 2013 р. (рис. 3.2).

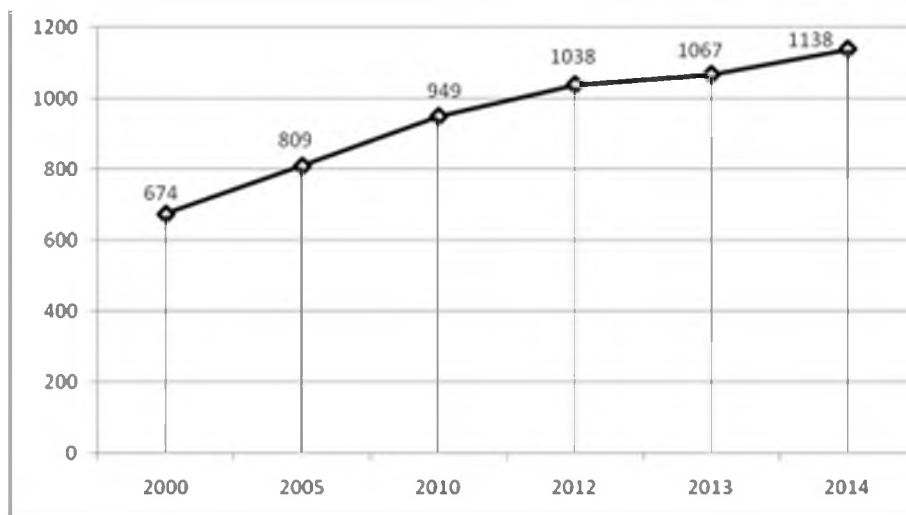


Рис. 2. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у 2000–2014 рр. (млн. дол.)

Якщо ж оцінювати туристичний ринок України, то вагому роль відіграють готелі, центри відпочинку, готелі та санаторії[4].

Готелі надають велику кількість послуг, а якість їх надання визначає перспективи розвитку туризму в країні. Проаналізувавши стан діяльності готельного господарства було визначено, що за період 2005–2010 рр. кількість готелів в Україні зростає в середньому на 6,5 % на рік, одноразова місткість готелів зростає на 10,5 % в рік. При цьому значно скоротився коефіцієнт використання готельних площ (відношення кількості споживачів до річної місткості готелів), що зумовлено повільним зростанням кількості споживачів, у середньому на 1,2 % на рік

Табл. 3.3

Показник діяльності готельного господарства в Україні за 2005-2010рр.

Показник	Рік					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість готелів, од.	1232	1269	1420	1595	1684	1731

Кількість номерів,од.	51686	53645	62165	71580	76019	79833
Одноразова місткість,місць	106048	110669	135199	161955	174398	186621
Обслужено,тис.осіб	3938,2	4196,2	4560,2	4590,1	3622,2	4047,8
Коефіцієнт використання	0,102	0,104	0,092	0,078	0,057	0,059

У сфері санаторно-курортного оздоровлення населення за аналізований період відбувалося поступове скорочення кількості закладів (приблизно на 1,2 % на рік), номерного фонду (на 1,3 % в рік) та обсягів обслуговування споживачів (на 1,5 % в рік). Коефіцієнт використання номерного фонду протягом останніх п'яти років був низький і коливався на рівні 1,8–2,0 % (табл. 3). Усе це свідчить про погіршення стану сфери оздоровчого туризму в Україні, що підтверджується поступовим скороченням частки лікувального туризму в загальних туристичних потоках.

Табл. 3.4

Показники діяльності санаторно-курортних закладів в Україні за 2005-2010рр.

Показник	Рік					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість закладів	3245	3164	3110	3073	3041	3011
Кількість місць, тис. од.	482	482	466	462	453	449
Оздоровлено, тис. осіб	3267	3278	3489	3592	3122	2987
Коефіцієнт використання	0,019	0,019	0,020	0,021	0,019	0,018

Отже, можна зробити висновок, що рівень розвитку ринку туристичних послуг у світі має високі показники розвитку та конкурентоспроможності. Ринок туристичних послуг України має багато позитивних рис розвитку та недоліків. Щоб розв'язати проблеми, потрібно розробити шляхи та перспективи розвитку туризму в Україні [17].

Розділ IV. Перспективи розвитку туристичних послуг в Україні та світі.

Всесвітня туристична організація встановила – щороку подорожує більше 800 мільйонів чоловік . Більше 40 країн світу основним джерелом доходу вважають туристичну галузь. Наприклад, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає 35 %, на Кіпрі та в Панамі – понад 50 %, на Гаїті – більш як 70 %.

На конференції ВТО в Ліссабоні за результатами дослідження "Tourism 2020 Vision" проголошені п'ять перспективних туристичних напрямків XXI століття:

1) Пригодницький туризм. Світ повний недосліджених місць та місць археологічних розкопок. Туристів приваблюють найвіддаленіші куточки Землі , нові туристичні потреби вимагають оновлення туристичного продукту у світі.

2) Круїзи – це туристичний сектор , який розвивається дуже швидкими темпами . Круїзні теплоходи , морські та річкові маршрути дуже приваблюють туристів.

3) Екологічний туризм передбачає збереження навколишнього середовища та зменшення шкоди довкіллю. Передбачає організацію тематичних пізнавальних турів для любителів , відвідування національних парків та заповідників.

4) культурно-пізнавальний туризм поширений у Європі та Азії та на Близькому Сході . Це організація пізнавальних турів у вигляді екскурсій на 1 день.

5) Тематичний туризм передбачає певну тематику , організацію тематичних вечорів та відвідання окремого місця зв'язаного з певною темою[1].

За прогнозами ВТО, в XXI столітті очікується туристичний бум: кількість подорожуючих у світі до 2020 року зросте до 1,6 млрд. чоловік за рік, що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 раза порівняно з 2000 роком.

Прогноз найбільш популярних туристичних напрямків до 2020 р.:

1) Китай має перше місце по туристичних потоках , передбачається , що кількість прибуттів туди до 2020 року досягне 137,1 млн осіб.

2) Другим за популярністю туристичним напрямком стануть США (102,4 млн.), далі -Франція (93,3 млн.), Іспанія (71,0 млн.), Гонконг (59,3млн.).

За прогнозами ВТО, очікується бурхливий розвиток виїзного туризму. Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія[5].

Таким чином , можна зробити висновок , що розвиток міжнародного туризму буде розвиватися значними темпами . Це передбачено інтересом туристів до інших культур , наявність продуманої та ефективної реклами , доступність інформації сприяє посиленому спілкуванню різних етносів .

Україна має багато перспектив для глобального розвитку туристичної галузі , до нашої країни приїжджають багато туристів з Росії , Білорусі , Молдови , Угорщини , Словаччини та Польщі . Проте більшість іноземних туристів відвідують Україну суто для ділових та службових цілей. Це фактично свідчить про те , що туризм в Україні не є достатньо розвинутий та організований

Найбільшим попитом користується м. Київ, далі – Карпатський регіон (від 20 до 50 тис. відвідувань) і решта країни, на яку в середньому припадає близько 3-5 тис. відвідувань щороку.

Проте ці цифри не є достатньо високими , це зумовлено багатьма причинами :

- невідповідність організації туризму європейським стандартам, це зумовлено тим , що в минулих роках організатори туристичного бізнесу здебільшого орієнтувалися на невибагливих туристів , туристичні центри мають низький рівень комфортності , лише 10 % готелів відповідають міжнародним стандартам. Зараз ситуація стабілізується повільними темпами , але все ж таки туризм має ще багато проблем[20].

- проблема української інфраструктури , розмитнення та недосконалого візового режиму постали вже давно . Україна має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності .

- відсутність коштів для просування туристичних продуктів на ринку туристичних послуг України.

- недостатньо інформації для іноземних туристів про Україну та ринок туристичних послуг в Україні, непродумана реклама туристичних послуг.

- технологічна відсталість галузі , відсутність електронних інформаційних довідників щодо готелів , відпочинкових комплексів , туристичних фірм , які б містили інформацію про вартість і якість даних послуг[9].

- низький рівень обслуговування через низьку кваліфікацію робітників .

- відсутність грамотної внутрішньої політики органів влади , відсутність повноважень у органів місцевого самоврядування щодо ведення туризму на національному рівні.

Несприятливість бізнесового клімату спричинила той факт, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини.

Ці причини можуть стати базою для певних пропозицій щодо вирішення проблем туристичного бізнесу України . Дуже важливою та глобальною за в проблемою на шляху до розвитку туризму є складна політична , економічна та соціокультурна криза в Україні.

Отже , можна зробити висновок , що Україна має значний потенціал та перспективи для розвитку ринку туристичних послуг , які б відповідали міжнародним стандартам . Проте туризм в Україні має багато проблем , і поки наша влада їх не вирішить, туристична галузь в Україні занепадатиме[11].

Висновки

Туристичний ринок – це складна структурована система взаємовідносин між покупцями туристичного товару , що формують попит та продавцями і виробниками туристичного продукту , який намагаються якомога швидше та якісніше продати свій туристичний товар.

Ринок туристичних послуг у світі має багато перспектив для подальшого розквіту . Позитивним є дотримання стандартів , ведення активної внутрішньої політики органами влади в різних політичних та економічних умовах , зберігаючи при цьому конкуренцію між туристичними товарами та послугами різних націй , дотримання культурних звичаїв і традицій .

Водночас туристичний ринок України має багато недоліків та проблем , проте є і в туризмі України позитивні риси:

- сприятливий клімат і природні умови
- велика культурна спадщина від попередніх поколінь
- невисокі ціни , але погана якість надання послуг

Недоліками виступають:

- неграмотна внутрішня політика держави
- відсутність повноважень в органів місцевого самоврядування
- неорганізованість надання туристичних послуг.
- невідповідність ціни та якості послуг.

Отже , можна зробити висновки , що країни Європи мають величезні перспективи для проведення туристичного відпочинку , велику кількість готелів та круїзів , і з грамотною внутрішньою політикою Україна може також досягти такого рівня розвитку . Проте для цього треба докласти великих зусиль.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.
2. Офіційне видання Всесвітньої туристичної організації: UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>. – 2011
3. Ліпич Л.Г. Прогнозування та регулювання індивідуального споживання продовольчих товарів, монографія / Л.Г.Ліпич, О.В.Кошій. - Луцьк: Ред.-вид. відділ Луцького державного університету, 2002. - 193 с
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Кифяк. - Чернівці: Зелена Буковина, 2003. -312 с
5. Офіційний сайт Львівської міської ради [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.city-adm.lviv.ua>.
6. Проект Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 роки. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
7. Фещур Р.В. Статистика: теоретичні засади і прикладні аспекти: навчальний посібник / Р.В.Фещур, А.Ф.Барвінський, В.П.Кічор та інші // За наук. ред. Р.В. Фещура. - 3-є вид. оновлене і доповнене. - Львів: Інтелект-Захід, 2006. - 256 с
8. Антоненко І. Туристська рента в лісоресурсній сфері / І. Антоненко // Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку: матеріали Всеукраїнської НІЖ. - Львів, 2005. -С. 132-138.
9. Дудкіна К.А. Кластери як форма ринкової централізації: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.05.01 / К.А.Дудкіна: НАН України, Інститут світової економ, і міжнарод. відносин. - К.: - 2003. - 18 с
10. Стеченко Д.М. Кластеризація підприємств в умовах формування конкурентного середовища / Д.М.Стеченко // Теоретичні і прикладні питання

економіки: зб. наук, праць. -Київський національний університет ім. Т.Шевченка, 2003. Вип.2. - С135-141.

11. Гоблик В.В. Економічна суть кластерів та особливості їх утворення і функціонування у туристично-рекреаційній сфері / В.В.Гоблик // Науковий вісник Ужгородського Національного університету. Серія „Економіка”. Вип. 24. - Ужгород, 2007. - С 151-159.

12. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль: підручник. - Львів: Компакт-ЛВ, 2005. - 304 с

13. Закон України "Про стимулювання розвитку регіонів". [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.

14. Семенов В.Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону / В.Ф.Семенов, В.М.Мозгальова, І.В.Давиденко // Регіональна економіка. - 2006. - №3 - С. 78 - 89.

15. Ромат Е. Реклама територій в системі територіального маркетингу / Е.Ромат // Маркетинг і реклама. - 2010 - №3. - С. 22-30.

16. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О.В. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка. - 2006. - №1. - С 218-227.

17. Петрович Й.М. Економіка підприємства: підручник / Й.М.Петрович, А.Ф.Кіт, В.В.Кулішов та ін. / За заг. ред. Й.М. Петровича. - Львів: Магнолія плюс, видавець В.М. Піча. - 2004. - 680 с

18. Стадницький Ю.І. Просторова організація соціально-економічного розвитку: словник-довідник/ Ю.І. Стадницький, І.М.Комарницький. - Хмельницький: ХНУ, 2009. - 186 с

19. Закон України "Про курорти" // ВВР. - 2000. - №50. - С 435 -451.

20. Старовойтенко О.А. Принципи систематизації видів туризму / О.А.Старовойтенко // Економіка України. - 2002. -№5. - С 48-53.

21. Брич В., Крамарчук С. Управління ризиками у туристичному бізнесі. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Географія. 2010. № 2 (28). С. 105–110.