

**Міністерство освіти і науки України**  
**Тернопільський національний економічний університет**  
**Кафедра управління персоналом та регіональної економіки**

**Міждисциплінарна курсова робота**

з економічної теорії

на тему:

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

Студентки 2-го курсу групи ЕУП-21

Мандзій Т.О.

Науковий керівник:

професор, доктор економічних наук

Длугопольський Олександр Володимирович

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

**Тернопіль – 2018 р.**

## **План**

Вступ

Розділ 1. Сутність і структура туристичних послуг.

Розділ 2. Аналіз сучасного стану розвитку туристичного ринку в світі.

Розділ 3. Аналіз туристичного ринку України.

Розділ 4. Проблеми та шляхи розвитку ринку туристичних послуг в Україні.

Висновки.

Список використаних джерел.

## Зміст

Вступ.....	4
Розділ 1. Сутність і структура туристичних послуг.....	6
Розділ 2. Аналіз сучасного стану розвитку туристичного ринку в світі..	9
Розділ 3. Аналіз туристичного ринку України.....	14
Розділ 4. Проблеми та шляхи розвитку ринку туристичних послуг в Україні.....	18
Висновки.....	22
Список використаних джерел.....	23

## Вступ

**Актуальність дослідження.** Серед основних видів послуг найбільш високі показники розвитку спостерігаються у сфері міжнародного туризму. За попередніми прогнозами Всесвітньої туристської організації, незважаючи на існуючий ризик економічного спаду через детермінанти туристичного попиту, міжнародний туризм буде продовжувати нарощувати темпи свого розвитку. Важливими особливостями туристичного потенціалу України також є наявність її виходу до двох морів та наявність двох гірських систем, які становлять особливий інтерес для туристів, зокрема для іноземних.

Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки сучасних процесів, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіональної трансформації, та дослідження механізму подальшого розвитку світового ринку туристичних послуг.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, що дає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає прибуток у скарбницю.

Туризм – одна з найпопулярніших форм активного відпочинку планети. Щорічно десятки мільйонів людей подорожуючи знайомиться з багатствами і красотами, історичними культурними пам'ятками досягненнями в економіці будівництві різних країн і народів. Для багатьох країн (Швейцарія, Греція, Єгипет, Канада, США, Індонезія тощо) туризм дає величезні прибутки. В Україні туризму почали приділяти увагу лише в останні роки.

Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпечення туристичними ресурсами, які потенційно здатні сформувати істотну зацікавленість вітчизняних та іноземних туристів. Однак за даними Світового економічного форуму, в сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посіла тільки 78 місце, тоді як наші сусідні країни: Чехія – 35, Угорщина – 40, Польща – 61 місця. Тому, на жаль, сучасний стан розвитку туризму нашої держави не адекватний її природо-ресурсному, історико-архітектурному та

рекреаційному потенціалові. Для того, щоб подолати цю прикру невідповідність, потрібно в першу чергу визначити, які проблеми існують на даний час у галузі туризму України, тобто відповісти на запитання, чому наша держава ніяк не може трансформувати свій туристичний потенціал у ефективний туристичний бізнес.

Таким чином туристичний бізнес України потребує експертного підходу і значних капіталів, але за умови так званого «грамотного» планування та ефективної реалізації вказаних заходів, туристичний бізнес може стати особливо прибутковим у нашій державі. Саме від того, як відбуватиметься розвиток туристичної галузі в Україні, залежить майбутнє її економіки та майбутнє нашої держави загалом.

**Мета і задачі курсової роботи.** Метою дослідження є сучасний стан та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні та світі.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено і вирішено такі задачі:

- охарактеризувати розвиток та функціонування ринку туризму в Україні та світі
- проаналізувати сучасний стан туристичного ринку
- дослідити перспективи розвитку українського туристичного ринку з врахуванням світового досвіду.

**Об'єктом дослідження** є ринок туристичних послуг як складова глобального світового ринку.

**Предметом дослідження** є економічні та організаційні аспекти механізму розвитку національного та світового ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіональних трансформаційних процесів.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження використано: діалектичний метод і загальнонаукові методи пізнання: метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу для дослідження сутності міжнародного туризму та світового ринку туристичних послуг, закономірностей функціонування світового і національного туристичного ринків, а також їх впливу на економічний розвиток країн); порівняльного аналізу та ін.

## Розділ 1. Сутність і структура туристичних послуг

В умовах ринкової економіки вітчизняні підприємці виявилися поза межами звичного середовища, де єдиним товаром була матеріальна продукція, чи, точніше, вузька її частина - товари народного споживання. Нові відносини вимагають освоєння нових сегментів ринку, таких як ринок капіталу, робочої сили, послуг і т. п.[3].

За кордоном сфера послуг є однією із економіки, які швидко розвивають галузь. У розвинутих країнах світу частка послуг у ВВП перевищує 70 %.

Для вивчення й розвитку ринку туризму в Україні насамперед варто визначити сутність туристичної послуги.

Послуга - це результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності виконавця щодо задоволення потреби споживача.

Це поняття включає:

- 1) взаємодію виконавця і споживача послуг (обслуговування);
- 2) процес надання послуги (тобто виконання визначеної роботи) самим виконавцем;
- 3) результат цих дій у вигляді "перетвореної продукції" чи "результату послуги".

Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота турпідприємства полягає як у організації всієї подорожі і в організації окремих послуг.

Туристичним послугам, як і будь-яким іншим послугам, властиві особливі риси, які можна позначити як "три Н":

- невідчутність. Туристичні послуги - не матеріальні. Вони належать до соціально-культурних (нематеріальних), оскільки визначаються діяльністю виконавця послуги по задоволенню соціально-культурних послуг споживача: фізичних, етичних, інтелектуальних, духовних та ін. їх неможливо побачити та оцінити в момент купівлі. Об'єктом таких послуг є власне споживач (турист);

- нерозривність виробництва і споживання. Оскільки послуга є результатом безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, то процес

надання туристичної послуги (виробництво) відбувається паралельно зі споживанням. Виробництво ж товарів у матеріальній формі, як відомо, передує його продажу, лише після цього настає споживання;

- неможливість збереження туристичної послуги. Життєвий цикл туристичної послуги істотно відрізняється від матеріального товару, зокрема відсутністю етапу збереження. Незбереженість туристичної послуги потребує ретельного вивчення кон'юнктури ринку, точної відповідності попиту та пропозиції, оскільки послуги не можуть "полежати" на складі до їх використання.

У структурі туристичних послуг розрізняють основні і додаткові послуги.

Основні послуги, що пропонуються туристичним підприємством, включають [10]:

- послуги по організації перевезення;
- розміщення;
- харчування туристів.

До додаткових послуг відносяться:

- послуги по організації екскурсій;
- послуги по страхуванню туристів;
- послуги гідів-перекладачів;
- послуги по перевезенню туриста від місця його прибуття в країну (місце його тимчасового перебування) до місця розміщення і назад (трансфер), а також будь-якому іншому перевезенню в межах країни (місця тимчасового перебування), передбаченої умовами подорожі;

- послуги з ремонту техніки;
- послуги з прокату;
- обмін валюти;
- телефон;
- пошта,
- послуги побутового обслуговування;
- право користування пляжем т. п.

Такий розподіл умовний, оскільки істотних відмінностей, з погляду споживчих властивостей, між ними немає. Послуги, включені в основну програму й оформлені путівкою, відносять до основних. Додаткові послуги турист здобуває самостійно в місці перебування, вони не входять у вартість путівки.

У більшості випадків туристичні основні послуги складаються з транспортних послуг, послуг розміщення і харчування. Однак при організації подорожей з пізнавальними, професійно-діловими, спортивними, релігійними цілями послуги, що традиційно відносяться до додаткових, можуть бути основою туру.

Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами полягає в їхньому співвідношенні із придбаним пакетом послуг.

Крім нематеріальних послуг, туристу можуть бути надані специфічні товари чи матеріальні послуги, зокрема, плани міст, карти метро, сувеніри, туристичне спорядження і т. п.

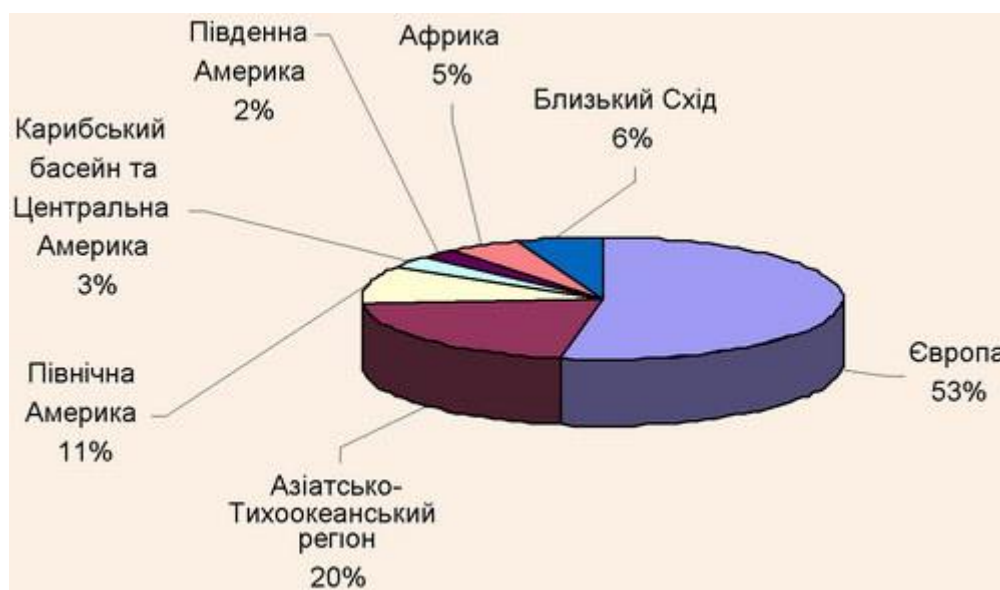
Тур - це сформований комплекс основних і додаткових послуг, наданих туристу залежно від цілей подорожі.

Якість турпродукту формують різноманітні фактори, що є наслідком його сутності, оскільки туристичний продукт - це сукупність складних елементів, що задовольняє потреби туристів під час подорожей, і яка являє собою результат зусиль багатьох підприємств.



## Розділ 2. Аналіз сучасного стану розвитку туристичного ринку в світі

За статистичними даними Світової туристичної організації, найбільш активними регіонами на світовому ринку туристичних послуг є Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Північна Америка. Особливого розвитку туристичний сектор зазнав у країнах Європи, на які у 2017 р. припадало 53% всіх міжнародних туристичних потоків, частка Азіатсько-Тихоокеанського регіону та Північної Америки у 2017 р. склала відповідно 20% та 11% [5] (рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Структура міжнародних туристичних потоків за регіонами у 2017 р. [15]**

Проте статистичні дані свідчать, що найбільш динамічний розвиток туристичного сектору спостерігається в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де за період 1998-2016 рр. міжнародні туристичні потоки зросли на 235% (табл. 2.1), тобто темпи приросту туристичних потоків у даному регіоні значно перевищують темпи приросту потоків у країні Європи майже в 2,8 раза та країні Північної Америки відповідно в 6,4 раза.

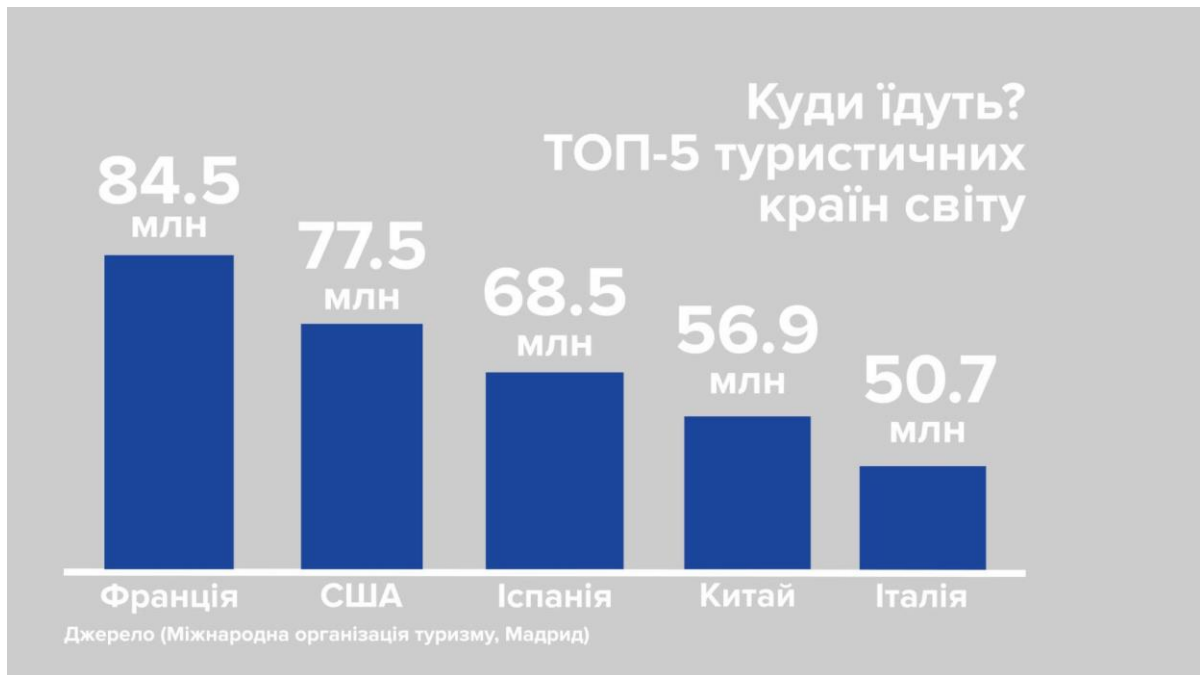
Таблиця 2.1.

## Динаміка туристичних потоків за регіонами світу у 1998-2017 рр. [20]

Регіон	Міжнародні туристичні потоків, млн. осіб							Темп приросту, %
	1998	2006	2010	2014	2015	2016	2017	
Європа	265,6	315	395,9	441,6	462,2	488	488,5	83,9
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	56,1	82,7	111,4	154,7	167	185,4	188,3	235,7
Північна Америка	71,7	80,7	91,5	89,9	90,6	95,3	98,4	37,2
Карибський басейн та Центральна Америка	13,3	16,6	21,3	25,2	26,5	27,3	28,1	111,3
Південна Америка	7,7	11,7	15,2	18,2	18,7	19,9	21,1	174,0
Африка	15,2	20,4	28,3	37,3	41,4	44,9	46,9	208,6
Близький Схід	9,6	13,7	24,2	37,8	40,9	47,5	52,9	451,0
Разом	439,2	540,8	687,8	804,7	847,3	908,3	924,2	110,4

Крім того, у 2017 р. на країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону припадало 20% загальносвітового туристичного потоку, що можна пояснити ефективною побудовою економічних систем країн даного регіону шляхом реалізації раціональної структурної політики. Це дає змогу визнати Азіатсько-Тихоокеанський сегмент світового туристичного ринку найбільш перспективним.

Серед п'ятірки лідерів — Франція, Іспанія, Італія, а також США та Китай. Східна і Центральна Європа наразі не у фаворитах.



**Рис. 2.2. Топ-5 туристичних країн світу, 2018 р.[21]**

Східна Європа стала відкритішою для туризму. Східна та Центральна Європа приваблює туристів. Приміром, це Чехія та її столиця Прага, варто також згадати Відень в Австрії. Окрім того, чимало туристів у Польщі, Болгарії й Румунії. Здається, дедалі більше країн починають усвідомлювати, що туризм — це велика перевага, яка приносить економічні бонуси, й покращує імідж країни в очах міжнародної спільноти. Саме імідж країни є стратегічно важливим фактором.

Таким чином, країни з розвинутою економікою виступають лідерами на світовій туристичній арені, займаючи найбільшу частку в світовому туризмі (приблизно 70%), привертаючи значні туристичні потоки іноземних туристів з різних країн світу та акумулюючи значні надходження від туристичної діяльності.

Однак досвід розвинених країн зазначає, що ефективність функціонування туристичного сектора економіки напряму залежить від успішної реалізації туристичної політики країни, в тому числі рівня державної підтримки туристичної галузі. Як свідчать статистичні дані Світової туристичної організації, за абсолютними показниками туристичних витрат

провідну позицію займає Німеччина (73,9 млрд. дол. у 2017 р.), за кількістю туристичних витрат на душу населення лідирує Бельгія (1469 дол.), залишивши позаду міцні туристичні сектори низки європейських та Північноамериканських країн (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2.

## Туристичні витрати в деяких розвинених країнах світу у 2017 р.[20]

Країна	Туристичні витрати	
	млрд. дол.	на душу населення, дол.
Німеччина	73,9	897
США	72,1	241
Велика Британія	63,1	1041
Франція	31,2	509
Японія	26,9	211
Італія	23,1	392
Канада	20,5	628
Нідерланди	17	1040
Іспанія	16,7	379
Бельгія	15,5	1469

Активна туристична політика країн ЄС націлена на координацію розвитку туристичного сектора країн-учасниць шляхом захисту туристів та їх вільного переміщення, гармонізації правил діяльності індустрії туризму та розвитку туристичного сектора в регіонах зі значним туристичним потенціалом [2]. Особливістю реалізації туристичної політики Іспанії є посилення позицій країни на світовому туристичному ринку шляхом тісного співробітництва державного та приватного сектора. Успішність туристичної політики Великої Британії на пряму залежить від бюджету реклами на стимулювання туристичного сектора. Ключовою особливістю механізму реалізації туристичної політики Франції є постійне дослідження туристичного ринку та проведення селективної туристичної політики на основі співробітництва між державним та приватним секторами.

За даними Держкомстату, у 2018 році послуги туризму пропонувало більше 3500 компаній. Всього ними було реалізовано майже 1,6 млн путівок на суму понад 27 млрд грн. Згідно з рейтингом незалежної медіакомпанії Ekonomika Communication Hub, до десятки лідерів галузі увійшла і компанія Бізнес Візит.

На зростання ринку значно вплинули Туреччина і Єгипет — найбільш затребувані напрямки в українських туристів. У літню пору 60% українських мандрівників відправляється до Туреччини, а з приходом зими — близько 80% купують тури до Єгипту.

У список найпопулярніших країн увійшла Грузія, в якій відпочило близько 150 тис. українців.

З приходом літнього сезону 2018 року інтерес до Болгарії виріс на 25% (країну відвідало більше 49 тис. туристів) і на 10% до Чорногорії (близько 25 тис. туристів).

За прогнозами експертів, у 2019 році туристичний потік повинен зрости на 50% завдяки збільшенню обсягів за всіма масовими напрямками.

Однією із сприятливих умов для розвитку туризму в Україні стало прийняття безвіза з країнами ЄС. Це значно здешевило відпочинок за кордоном, оскільки раніше віза обходилася туристу у 40-60 євро, а для сім'ї — у 130-180 євро.

Незважаючи на те, що в 2018 році не відбулося значного зростання продажів путівок в країни Європи (всього 11-15%), ситуація кардинально зміниться найближчим часом.

У зв'язку з цим багато туристичних агентств запропонували нові напрямки автобусних турів для подорожей, наприклад, до Португалії, Польщі, Словаччини та Словенії.

### Розділ 3. Аналіз туристичного ринку України

Україна для формування ринку туристичної діяльності має всі об'єктивні передумови: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Загальна площа придатних для туризму і відпочинку природних ландшафтів становить 9,4 млн. га. На території нашої держави налічується понад 125 тис. пам'яток археології, архітектури, містобудування, працюють сотні музеїв. Крім того, Україна розташована на перехресті шляхів між Європою та Азією: важливі залізничні та автомобільні магістралі, порти Чорного та Азовського морів, багатосторонні зв'язки з багатьма країнами тощо[13]. Держава має сприяти розвитку туризму, раціональному використанню та збереженню туристичних ресурсів.

Проблематика дослідження конкурентного середовища є досить складною. Вона потребує усестороннього, об'єктивного і поетапного розгляду всіх її важливих аспектів. Варто використовувати підхід до оцінки конкурентного середовища завдяки реалізації таких складових: аналізування ринку туристичних послуг України, визначення загального рівня конкурентоспроможності ринку; оцінювання привабливості ринку; визначення наявних конкурентних переваг сучасних суб'єктів господарювання туристичної галузі України і формування на їх основі стратегій розвитку; оцінка ключових чинників створення і утримання конкурентних переваг.

Розвиток ринку туристичних послуг України відбувається дуже нерівномірно під впливом економічних, а останніми роками – ще й політичних факторів. Дослідження динаміки туристичних потоків громадян України, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, тобто без урахування тих, хто подорожує самостійно (табл. 3.1), показало такі результати.

Таблиця 3.1.

## Туристичні потоки в Україні [15]

Роки	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи	Загальна кількість туристів-громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України	Частка внутрішніх туристів загальній кількості, %
2000	285353	1350774	1636127	82,6
2003	344332	1922011	2266342	84,8
2005	566942	932318	1499260	62,2
2008	1282023	1386880	2668903	52,0
2011	913640	1094170	2007810	54,5
2012	1295623	649299	1944922	33,4
2013	1250068	715638	1965706	36,4
2014	1956662	773970	2730632	28,3
2015	2519390	702615	3222005	21,8
2016*	2085273	322746	2408019	13,4
2017*	1647390	357027	2004417	17,8

\*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Складено за даними Держстату

Світова економічна криза обумовила скорочення абсолютної кількості туристів в 2010-2011 рр., перш за все – за рахунок внутрішніх туристів, кількість яких в 2011 р. порівняно з 2008 р. скоротилась практично удвічі з 13,9 до 6,5 млн. осіб та коливалась на рівні 7-7,7 млн. осіб до 2014 р. В той час як кількість туристів, що виїжджали за кордон, в 2011-2012 рр. знаходилась на докризовому рівні, а протягом 2013-2014 рр. зросла майже удвічі. Загальна кількість туристів у 2014 р. досягла рекордного показника 3,2 млн. осіб. Радикально змінилось співвідношення внутрішнього і зарубіжного туризму – частка туристів, що виїжджали за кордон, в 2014 р. склала 78,2%.

Втім загострення політичної ситуації, анексія АР Крим та військовий конфлікт на сході України в сукупності з економічною кризою обумовили суттєве скорочення загальної кількості туристів на протязі 2015-2016 рр.

Загальна кількість туристів порівняно з 2014 р. скоротилась на 37,9%, кількість внутрішніх туристів – на 49,2%, туристів, які виїжджали за кордон – на 34,3%. Частка внутрішнього туризму в 2015 р. значно скоротилась до 13,4%, а в 2016 р. дещо зросла до 17,8%.

Ринок туристичних послуг є неоднорідним і включає в себе окремі ринки та ніші відповідно до продукту (товару), що пропонується – видів туристичних послуг. Останні визначаються, зокрема, видами туризму за напрямками (внутрішній, зарубіжний), цілями, які переслідує турист (рекреаційний, діловий) або іншими критеріями. Сучасні автори виділяють рекреаційно-курортні послуги як вид туристичних послуг.

На ринку рекреаційно-курортних послуг, доцільно проаналізувати динаміку кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів та місць у цих закладах (табл. 3.2).

**Таблиця 3.2.**

**Санаторно-курортні та оздоровчі заклади[21]**

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку	
	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.
<b>2000</b>	549	151	377	31	266	63	2011	238	7615	227
<b>2003</b>	536	147	325	27	292	62	2005	236	14961	228
<b>2005</b>	524	145	291	23	321	65	2017	233	18366	236
<b>2010</b>	518	142	262	21	302	64	1916	221	18672	218
<b>2011</b>	513	141	252	21	296	62	1907	216	17379	198
<b>2012</b>	510	141	234	19	290	60	1920	217	17342	196
<b>2013</b>	508	141	224	19	280	59	1947	216	17703	194
<b>2014</b>	484	133	185	18	286	60	1925	208	17744	188
<b>2015</b>	477	132	165	15	271	57	1916	202	18549	191
<b>2016</b>	320	79	118	17	90	17	1400	157	13977	126
<b>2017</b>	309	78	79	12	76	15	1399	165	9743	113

*Складено за даними Держстату*



Станом на 2017 р. в Україні наявні 11606 санаторно-курортних та оздоровчих закладів, розрахованих на 383 тис. місць. Порівняно з 2015 р. кількість закладів скоротилась на 45,7%, а кількість місць – на 35,8%. Найбільшого відносного скорочення – з 271 до 76, тобто на 72%, зазнала кількість будинків та пансіонатів відпочинку.

Аналіз тенденцій, які склалися на внутрішньому ринку туристичних та зокрема рекреаційно-курортних послуг України протягом 2016-2017 рр., свідчить про значні зміни зовнішнього середовища та вимагає корегування маркетингової політики підприємств – учасників ринку. Для реалізації можливостей, що виникли, а також посилення конкурентних переваг, учасникам ринку необхідно уточнити свої цільові сегменти і здійснити ефективне позиціонування з метою залучення більшої кількості клієнтів.

### Таблиця 3.3.

#### Показники діяльності об'єктів туристичної інфраструктури в Україні 2012 – 2017 роки [20]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість театрів, од	137	138	138	136	140	133
Відвідування, млн. осіб	6,3	6,6	7,0	6,2	6,6	6,7
Кількість концертних залів, од	81	79	77	77	83	82
Відвідування, млн. осіб	4,1	4,2	4,0	3,8	4,2	4,1
Кількість музеїв	445	458	478	499	546	570
Відвідування, млн. осіб	20,2	21,1	21,9	20,8	21,7	21,8

В даних фінансово-економічних умовах більшими темпами буде розвиватися внутрішній туризм, на його долю приходиться 75% послуг наданих туристичними підприємствами. Серед його видів найімовірнішим буде розвиток навчального, зеленого та сільського туризму [4].

#### **Розділ 4. Проблеми та шляхи розвитку ринку туристичних послуг в Україні**

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля.

Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму.

Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати[16].

Одне із ключових питань, яке необхідно вирішити в найближчий час, - питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри в більшості країн світу є винятково важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. І в результаті цього, свого

клієнта отримують транспорт і громадське харчування, готелі, місцева промисловість та ін.

Координація стратегічного розвитку культурної сфери і туризму на місцях повинна привести до більш тісної співпраці місцевої влади і реального бізнесу у вирішенні конкретних завдань по збереженню культурної спадщини, впровадження в практику діяльності музеїв, національних заповідників передової менеджерської практики, орієнтації для роботи в ринкових вимірах і координації діяльності з суб'єктами туристичної індустрії [16].

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Перспективний розвиток туризму в Україні суттєво вплине на зайнятість населення. Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку, майбутній вступ України до НАТО та ЄС - все це забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.

Важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

Одним із найважливіших чинників, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує

чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% - на 10%.

Для оцінки перспектив зростання туристських потоків прийнято використовувати наступні показники: низький, нижче середнього, середній, високий і вище середнього.

Європа як джерело і споживач туристських потоків має в перспективі середній показник, що виявляє можливі варіанти розвитку регіонального туризму. Наприклад, перспективи виїзного туризму з Європи в Америку, Східну і Південну Азію, країни Тихоокеанського басейну оцінюються показником вище середнього, а в Близькосхідний регіон - показником нижче середнього, що пов'язано з економічними труднощами[19].

Америка має показник нижче середнього як щодо перспектив зростання внутрішнього туризму, так і по туристських потоків в Південну Азію і країни Близького Сходу. Домінуюча роль Північної Америки на континенті і висока частка врахованих туристських потоків в рамках прикордонного обміну між США і Канадою дають низьку оцінку перспективам розвитку туризму.

Південна Азія відчувала політичну нестабільність, що викликало спад виїзного та в'їзного туризму. Нова індустріальна політика Індії, зниження практики ліцензування та контролю за валютним обміном створюють сприятливі умови для інвестицій та економічного розвитку, що, в свою чергу, забезпечує фінансові можливості не тільки для ділових поїздок, але і з цілями відпочинку. Перспективи в'їзного туризму в Південну Азію оцінюються показником вище середнього, незважаючи на небезпечну для туристів політичну нестабільність в регіоні, а також нестача коштів для розвитку туристського продукту і продажу його за кордон.

Близький Схід має в перспективі вражаюче економічне зростання, що створює умови для зростання виїзного туризму і дозволяє оцінювати його

показником вище середнього. Оцінка перспектив в'їзного туризму проблематична: з одного боку, стабільність в регіоні могла б підсилити зростання в'їзного туризму, з іншого боку, привабливість регіону виражена неясно, чи йде процес вивчення і дослідження цієї ситуації.

Африка регіон складається з безлічі субрегіонів зі сформованими для кожного з них тенденціями розвитку туризму. Проблеми, властиві цьому континенту, обмежують потенційний зростання регіонального туризму, тому оцінки стосуються можливостей середніх темпів зростання перспектив як виїзного, так і в'їзного туризму.

Наразі Китай займає шосте місце (22 млн прибуттів). Передбачається, що при щорічному зростанні на 8 % кількість туристичних прибуттів в Китай досягне до 2020 року 137,1 млн..

Як і для багатьох європейських країн, де найбільш потужними є туристичні потоки між сусідніми державами, так і для України, на перспективу, сукупна частка туристичного обміну коливатиметься в межах 60% в загальних обсягах турпотоків.

Окрім цього, сусідні країни забезпечуватимуть і потужні потоки одноденних відвідувачів, зокрема транзитних, чисельність яких щорічно збільшуватиметься.

Таким чином, тенденції розвитку міжнародного туризму носять позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, що дозволяє людям краще розуміти один одного.

## Висновки

Світовий ринок туристичних послуг класифікується за такими ознаками, як загальноекономічний рівень розвитку країн, роль країни на світовому туристичному ринку та за регіональною приналежністю.

Аналіз особливостей функціонування світового ринку туристичних послуг свідчить, що подальший його розвиток відбуватиметься відповідно до загальносвітових тенденцій розвитку світового господарства і міжнародних економічних відносин – транснаціоналізації та глобалізації. Глобалізація світового ринку туристичних послуг проявляється через функціонування транснаціональних корпорацій трьох основних форм – готельні ланцюжки, повітряні альянси та транснаціональні туроператори.

Аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні як країні з перехідною економікою показав неналежне використання туристично-рекреаційного потенціалу. Чинники, що гальмують розвиток міжнародного туризму в Україні, слід розглядати в контексті віднесення їх до трьох ключових груп: внутрішні, що пов'язані безпосередньо зі специфікою функціонування туристичних підприємств; галузеві, які виникли внаслідок недостатньої уваги з боку управлінських структур у галузі туризму; та зовнішні, які характерні для більшості інших сфер національної економіки.

Оцінка конкурентоспроможності туристичної галузі країни на світовому ринку туристичних послуг дозволила поділити чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності туристичної галузі України, на наявні та стримуючі, основні з яких знайшли відображення у роботі. Світовий ринок туристичних послуг розглядається як сфера стійких відносин між суб'єктами світового господарства у галузі туризму із приводу виробництва, реалізації, розподілу та споживання туристичних послуг та супутніх товарів.

Провідну роль в удосконаленні механізму розвитку світового ринку туристичних послуг відіграватимуть заходи з оптимізації участі в ньому країн. Оптимізація участі України в світовому ринку туристичних послуг пов'язана з активізацією діяльності суб'єктів мікро- та макrorівня одночасно.

### Список використаних джерел

1. «Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2022 року»: Указ Президента України // Сайт Президента України.
2. Аранчій В.І. Фінансова стратегія у системі управління підприємством [Текст] / В.І. Аранчій, О.П. Зоря // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. № 2. С. 156-159
3. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства : теорія та практика [Текст]: монографія / Р.І. Балашова; Донецький інститут туристичного бізнесу. – Донецьк : видавництво «Вебер», 2009. – 343 с.
4. Благун І.С. Прогнозування попиту на туристичні послуги / І.С. Благун, О.І. Кейван [Текст] // Бізнес-Інформ: Міжнародний рецензований науковий журнал. – Харків, 2016. – №8. – С. 7–11.
5. Виноградська А.М. Зростання авторитету України туристичної // Український промисловець, 2012. – №4. – с. 26–31.
6. Економічні та гуманітарні напрями розвитку соціальної інфраструктури [Текст]: монографія; за ред. В.М. Новікова. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2013. – 512 с.
7. Іванюк У.В. Модель планування розвитку туристичного підприємства [Текст] / У.В. Іванюк // Бізнес Інформ. – 2016. – №1. – Харків. – С.75-81.
8. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
9. Семенов А.Г. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами [Текст] / А.Г. Семенов, О.О. Єропутова, Т.В. Перекрест, А.В. Линенко. – К.: КПУ, 2008. 188с.
10. Статистичний бюлетень „Туризм в Україні” // Державна туристична адміністрація України, Київський університет туризму, економіки і права. - Київ, 2016- с.66

11. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
12. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition – 16 с. ISSN 2223-3199
13. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Ukraine / World Travel & Tourism Council / London 2012 / 24 с
14. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A166E060EE2C513F8C>
15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 World Economic Forum / Geneva / 501 с ISBN-13: 978-92-95044-96-8
16. TOP 17 experiences in Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lonelyplanet.com/ukraine/travel-tips-and-articles/76711>
17. О.І. Трохимець «Розвиток туризму в Україні та його стратегічне значення для національної економіки» / науково-виробничий журнал «Держава та регіони» № 3 2014 – 259 с – с 62 – 67
18. Бондаренко М.П. «Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи» Економіка і прогнозування / науковий журнал ; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. – 2013. – № 1. – 160 с. –
19. Статистичний збірник «Регіони України» 2016 Частина IV / Державна служба статистики України / Київ 2016 – 310 с
20. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 World Economic Forum / Geneva / 504 с
21. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>